

**ANALISIS ANTESEDENT WILINGNESS TO PAY ATAS  
PELAYANAN KRLJURUSAN SOLO - JOGJA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**ISMI ELOK RAMADHANI**

**NIM. 19.52.11.100**

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

**ANALISIS ANTESEDENT WILINGNESS TO PAY ATAS PELAYANAN  
KRLJURUSAN SOLO - JOGJA**

**SKRIPSI**

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

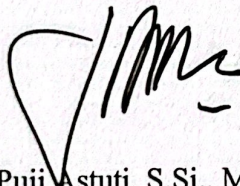
**Oleh:**

**ISMI ELOK RAMADHANI  
NIM. 19.52.11.100**

**Sukoharjo, ...12.....September 2023**

**Disetujui dan disahkan oleh:**

**Dosen Pembimbing Skripsi**



**Septin Puji Astuti, S.Si., M.T.Ph.D.  
NIP. 19781118 200501 3**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ISMI ELOK RAMADHANI

NIM : 195211100

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul "*ANALISIS ANTASEDENT WILLINGNES TO PAY ATAS PELAYANAN KRL SOLO - JOGJA*", benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 12 September 2023



Ismi Elok Ramadhani

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

NAMA : ISMI ELOK RAMADHANI  
NIM : 19.52.11.100  
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "*Analisis Antasedent Willingnes To Pay* Atas Pelayanan KRL Jurusan Solo-Jogja"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data melalui penyebaran kuesioner pada sejumlah pelanggan yang telah menggunakan jasa KRL Solo-Jogja. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 12 September 2023



Ismi Elok Ramadhani

Septin Puji Astuti, S.Si.,M.T.Ph.D.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal: Skripsi

Sdr: Ismi Elok Ramadhani

Kepada Yang Terhormat

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

Di Surakarta,

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

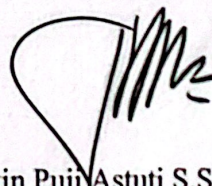
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudari Ismi Elok Ramadhani NIM. 19.52.11.100 yang berjudul "*Analisis Antasedent Willingnes To Pay Atas Pelayanan KRL Jurusan Solo-Jogja*" Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 2..September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Septin Puji Astuti S.Si.,M.T.Ph.D.

NIP. 19781118 200501 2 003

**PENGESAHAN**

**ANALISIS ANTASEDENT WILLINGNES TO PAY ATAS PELAYANAN  
KRL JURUSAN SOLO – JOGJA**

Oleh:

**ISMI ELOK RAMADHANI**  
**NIM. 19.52.11.100**

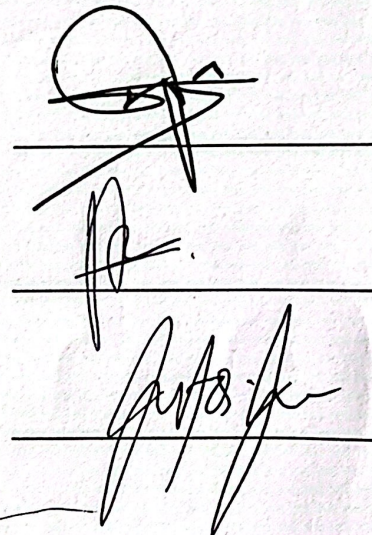
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah  
Pada hari jum'at tanggal 06 Oktober 2023 M / 20 Rabi'ul Awal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M Ph.D  
NIP. 19561011 198303 1 002

Penguji II  
Purwono, M.Si  
NIP. 19860204 201801 1 002

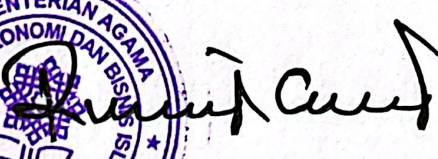
Penguji III  
Moh. Rifqi Khairul Umam, S.E, M.M  
NIP. 19890102 201403 1 002



Mengetahui,

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



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

\*\*\*

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Hidup yang tidak di pertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan dan untuk memulai hal yang baru, mencoba sesuatu yang lain yang memang terkadang kita harus berani mempertaruhkan apa yang kita punya”

(Najwa Shihab)

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayat dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Cinta pertama dan panutanku, ayahanda. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai dengan bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, ibunda tercinta. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala semangat dan doa yang diberikan selama ini.
3. Sahabat penulis. Dwi Utari, Melly, Dzalika Anjalina, Reny, Fitri Nur H, dan Larasati yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.  
*See you on top, guys.*
4. Seluruh teman-teman Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangu kuliah ini.
5. Almamaterku Universitas Raden Mas Said Surakarta Tercinta.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah. SWT atas karunia dan berkat yang telah dilimpahkan-Nya, khususnya dalam penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Analisis Antecedent Wilingness To Pay Atas Pelayanan Krljurusan Solo – Jogja”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Mas Said Surakarta.

Atas kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih untuk semua pihak yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

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

5. Septin Puji Astuti, S.Si., M.T.Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang memberikan banyak arahan dan saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah meberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu kirik dan saran penulis harapkan. Do'a dan pujisyukur Kepada Allah. SWT, semoga kebaikan kepada semuanya diberikan balasan kebaikan pula, serta semoga penelitian ini bisa bermanfaat pada pembaca serta penulis dan bisa memberi ilmu pengetahuan melalui bidang Pendidikan. Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, Agustus 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

*This research aims to test the willingness to pay analysis for KRL services for the Solo-Jogja Department. The data that the authors used in this study were primary data obtained by distributing questionnaires to a number of customers who had used the Solo-Jogja Department of KRL services. The sampling technique was carried out using Non-Probability Sampling which resulted in a sample of 100 respondents. The analytical tool used in this research is the multiple linear regression test using SPSS version 23.*

*The results of this regression test show that the responsive, assurance, empathy and satisfaction variables have a positive and significant effect, but the product and people variables do not have a positive and significant effect on willingness to pay. Meanwhile, the tangible and reliability variables do not have a positive or significant effect on the willingness to pay for the Solo-Jogja KRL route.*

*Keywords: Antasedent, willingness to pay.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis willingness to pay atas pelayanan KRL Jurusan Solo-Jogja. Data yang penulis gunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada sejumlah pelanggan yang telah menggunakan jasa KRL Jurusan Solo-Jogja. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Non-Probability Sampling* yang menghasilkan sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian dari uji regresi ini menunjukkan bahwa pada variabel *renponsive, assurance, empahy* dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan, namun variabel produk dan people tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay. Sedangkan, variabel tangible dan reability tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Solo-Jogja.

Kata Kunci: *Antasedent, willingness to pay.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PENGESAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan-Batasan Variabel .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Rumusan Masalah.....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	6
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi .....	7

BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1    Kajian Teori.....	9
2.1.1    Willingness to Pay .....	9
2.1.2    Tangible (Bukti Fisik).....	12
2.1.3    Reability (Keandalan).....	13
2.1.4    Responsive (Daya Tanggap) .....	14
2.1.5    Assurance (Jaminan).....	16
2.1.6    Empahty (Perhatian) .....	17
2.1.7    Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2    Penelitian Relevan .....	20
2.3    Kerangka Konseptual.....	27
2.4    Hipotesis Penelitian .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
3.1    Waktu Dan Wilayah Penelitian .....	38
3.2    Jenis Penelitian .....	38
3.3    Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.4    Data dan Sumber Data .....	41
3.5    Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6    Variabel Penelitian.....	42
3.7    Teknik Analisis Data .....	43
3.7.1    Uji Instrumen Penelitian .....	44
3.7.2    Uji Asumsi Klasik .....	45
3.7.3    Uji Ketetapan Model.....	46
3.7.4    Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
3.7.5    Uji Hipotesis (Uji Statistik T) .....	48

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	49
4.1    Gambaran Umum Penelitian .....	49
4.1.1    Deskriptif Responden .....	49
4.2    Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	51
4.2.1    Uji Instrumen Penelitian .....	51
4.2.2    Uji Asumsi Klasik .....	54
4.2.3    Uji Ketetapan Model.....	58
4.2.4    Uji F .....	59
4.2.5    Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.2.6    Uji Hipotesis (Uji t) .....	63
4.3    Pembahasan Hasil Analisis Data .....	65
4.3.1    Pengaruh Tangible Terhadap Willingnes To Pay .....	66
BAB V PENUTUP .....	70
5.1    Kesimpulan .....	70
5.2    Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3    Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel III.1 Skala Likert .....	42
Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel IV.5 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel IV.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel IV.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	59
Tabel IV.9 Hasil Uji F.....	60
Tabel IV.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel IV.11 Uji Hipotesis (Uji t).....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	77
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 3 Tabel Nilai-Nilai r <i>Product Moment</i> .....	87
Lampiran 4 Tabel Titik Persentase Distribusi F .....	88
Lampiran 5 Tabel Titik Persentase Distribusi t .....	89
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme .....	90
Lampiran 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	91

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada masa modern sekarang, Jasa transportasi yang memadai dan layak sangatlah dibutuhkan untuk menunjang aktivitas masyarakat, Terlebih penting pula untuk mendukung penciptaan perekonomian. Tak dengan transportasi yang memadai sebagai pendukung, kemajuan keuangan negara tidak dapat dicapai. Angkutan jalan harus menyediakan keamanan, ketertiban, kenyamanan, kebersihan, kesejahteraan serta mendorong pertumbuhan bisnis, ilmu serta teknologi, otonomi daerah, serta akuntabilitas penyelenggaraan negara (Penjelasan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1992 sebagaimana telah diganti dengan Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan UU 22/2009).

Kereta api adalah salah satu jenis transportasi umum yang tersedia di Indonesia. Sesuai isi UU No. 23 tahun 2007 tentang perkereta Apian, Transportasi memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, pengembangan wilayah, dan mempersatu NKRI dalam mengembangkan wawasan nasional dan memperkuat ketahanan nasional untuk mencapai tujuan nasional berdasarkan pancasila serta hasil undang-undang NKRI tahun 1945.

Jasa Pelayana Publik atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara) adalah komponen wajib untuk rakyat suatu negara berkembang, indonesia untuk PT. KAI Indonesia transportasi kereta api adalah prioritas utama dalam mempertahankan jumlah atau kuantitas pelanggan. Peningkatan pelayanan terhadap kualitas produk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, karena jika perusahaan

memberikan pelayanan yang nyaman maka pelanggan sendiri akan merasa puas dengan apa yang didapatkan (Susilo, 2023).

Dengan perkembangan zaman sekarang ini transportasi mengalami perubahan atau beralih dari yang dulu menggunakan tenaga hewan sekarang beralih ke tenaga mesin. Angkutan adalah dengan menggunakan kereta rel listrik (KRL) ikut mengalami perubahan yang dulu menggunakan tenaga Uap dari kayu sekarang beralih ke tenaga listrik.

Kereta Rel Listrik (KRL) Solo – Jogja merupakan moda transportasi baru yang mana nantinya akan menjadi transportasi favorit untuk masyarakat Solo – Jogja dan sekitarnya untuk berpergian. Dua Kota besar ini dinilai memiliki potensi tinggi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi mulai dari segi pariwisata, pendidikan dan budaya. Kereta Rel Listrik Solo – Jogja didesain sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu transportasi yang nyaman, cepat, tepat waktu, harga terjangkau, dan ramah lingkungan karena menggunakan energi listrik sebagai sumber energinya (Hamidah & Dahlan, 2020).

Menurut beberapa survei, faktor harga sangat menentukan kepuasan penumpang transportasi, hal tersebut dikarenakan tingkat pendapatan masyarakat. Semakin tinggi tarif yang ditawarkan maka sedikit peminatnya begitu juga sebaliknya semakin rendah tarif yang ditawarkan maka semakin banyak peminatnya.

Pemerintah berencana akan menaikkan tarif KRL, rencana ini akan berlaku pada April 2022 atau sebelum Lebaran. Sementara terkait isu kenaikan tarif KRL Solo – Jogja belum ada informasi lebih lanjut. Sementara itu tarif Kereta Rel Listrik

Solo – Jogja hingga (12/5/2022) belum mengalami perubahan dari harga sebelumnya yakni Rp.8.000. Harga tersebut tanpa memperhitungkan stasiun keberangkatan dan kedatangannya. Cara memesan tiket KRL Solo–Jogja sangatlah mudah, yakni cukup menggunakan kartu elektronik (Susilo, 2023).

Kota Solo – Jogja termasuk dua kota besar dengan tingkat aktivitas yang tinggi, dengan ini secara tidak langsung rakyat wajib memilah angkutan digunakan. KRL Solo – Jogja menjadi solusi masyarakat untuk berpergian karena selain harganya terjangkau, kualitas dan pelayanan yang baik. Dilihat dari tingkat antusias masyarakat yang sangat tinggi terhadap penggunaan KRL Solo – Jogja dinilai memiliki kemungkinan klayen menggunakan layanan KRL Solo – Jogja memilih membayar banyak guna merasakan keamanan yang lebih pula.

Pada hal ini merujuk pada study yang menggunakan variabel yang sama dan metode sama dengan studi pada Apriyadi (2017) yang berjudul Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan 40 Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari dengan variabel kepuasan penumpang sebagai variabel independent.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Puspita Sari & Bariska (2018) yang berjudul Pola Willingness to Pay perbaikan kualitas pelayanan keretaapi dengan variabel Willingness To Pay sebagai variabel dependen dan usia, pendidikan terakhir, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan anak, maksud perjalanan sebagai variabel independen. Studi melalui teknik data primeracak atau random sampling. Melalui pendekatan contingent valuation method (CMV) perkiraan willingness to pay dapat diperkirakan. Hasil dari penelitian ini diperoleh dari analisis, nilai rata-rata

willingness to pay perorang untuk tarif Kereta Rel Listrik Solo – Jogja.

Menurut Deliyati (2012) dalam semua manajemen harus bekerja sama dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Harga merupakan uang yang harus dibayar saat melakukan pembelian barang ataupun jasa. Penetapan tarif atau nilai kompensasi yang perlu dibayarkan pelanggan adalah suatu perlu diperhatikan. Peningkatan pergerakan penumpang KAI yang terus menerus meningkat ini membuat permintaan kebutuhan fasilitas di stasiun juga ikut meningkat sebagai contoh ketersediaan fasilitas taman dan parkir yang dirancang untuk alternatif perencanaan berdasarkan perilaku pelanggan KAI.

Ketersediaan fasilitas awalnya proses membeli tiket sampai menunggu datangnya atau keberangkatan perlu beberapa prasarana, tujuan ini dirancang untuk menghindari dari terjadinya persilangan antara penumpang kereta turun serta naik. Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat pendapatan mempengaruhi willingness to pay untuk membayar tarif KRL dengan asumsi perbaikan kualitas layanan. Adapun keperluan studi yaitu guna merumuskan alasan jadwal serta tarif terhadap bagusnya pelayanan penumpang KRL Solo – Jogja.

Dalam permasalahan yang dialami jasa KRL ini pernah mengalami gangguan saat melintas di salah satu stasiun jurusan Solo-Jogja sehingga hal ini menjadi hal yang harus diatasi pada tingkat kepercayaan dan keamanan (empati) yang akan dirasakan pelanggan. Tujuan dari antecedent yang meliputi *tangible, reliability, responsive, assurance, empathy* dan kepuasan gunanya melihat dan mewujudkan kesediaan untuk melakukan bayar (*willingness to pay*).

Dengan demikian bahwa apabila perusahaan mampu mewujudkan

antasedent tersebut maka pengguna jasa akan merasakan kepuasan dan juga meningkatkan keuntungan untuk perusahaan. Pada pembahasan sebelumnya, serta temuan studi lainnya serta penulis sendiri, penulis tertarik guna melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“ANALISIS ANTASEDENT WILLINGNES TO PAY ATAS PELAYANAN KRL JURUSAN SOLO-JOGJA”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang didapat dari pembahasan sebelumnya adalah:

1. Tingkat pendapatan mempengaruhi willingness to pay untuk membayar tarif KRL dengan asumsi perbaikan kualitas layanan.
2. Peningkatan pelayanan terhadap kualitas produk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan
3. kualitas pelayanan merupakan kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima pelanggan.

### **1.3 Batasan-Batasan Variabel**

Dalam penulisan penelitian ini, terdapat batasan – Batasan variabel yang digunakan supaya tidak mudah dipahami dan tidak menyimpang dari tujuan penulisan penelitian ini. Berikut Variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian ini :

1. Willingness to Pay adalah variabel dependen
2. Variabel Independen

X1 : Pengaruh Willingness to Pay dalam kualitasnya

X2 : Pengaruh Willingness to Pay dalam Kepuasan

#### 1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan
2. Bagaimana pengaruh *realibility* terhadap kepuasan pelanggan
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan
4. Bagaiman pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan
5. Bagaimana pengaruh *empahty* terhadap kepuasan pelanggan
6. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan membayar (*Willingness to pay*) KRL Solo – Jogja

#### 1.5 Rumusan Masalah

1. Mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui pengaruh *realibility* terhadap kepuasan pelanggan
3. Mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan
4. Mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan
5. Mengetahui pengaruh *empahty* terhadap kepuasan pelanggan
6. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan membayar (*Willingness to pay*) KRL Solo - Jogja

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari studi meliputi:

1. Untuk penulis Bersama studi sesama pengaruh *willingness to pay* terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan, penulis berharap studi dapat memberikan keunggulan cara guna mengaplikasikan pembahasan diambil. Kemudian ditelitinya studi diharapkan bisa tambah ilmu serta pandangan penelitian mengenai manajemen sumber daya manusia dalam suatu organisasi



2. Untuk Akademis penulis harapkan studi bisa dipakai pada rujuka guna peneliti-peneliti berikutnya melalui kualitas dan kepuasan pelanggan dalam pelayanan juga bisa mewujudkan perbaikan keterbatasan studi.
3. Harapan praktisi studi adalah bahwa studi akan memberikan pemahaman baik mengenai ilmu membahs mengenai hubungna antara pelayanan dengan kepuasan yang diterima oleh masyarakat

### **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika Penelitian Sistematika dipakai pada penyelesaian studidibagimenjadi 5 bab. Sistematika penulisan skripsi meliputi:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika adalah beberapa subbab dari bab ini penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Teori yang digunakan, kerangka berpikir penelitian, hipotesis penelitian, dan penelitian sebelumnya yang relevan dibahas dalam bab ini

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memberikan penjelasan tentang waktu dan lingkup penelitian serta populasi dan jenis penelitian. Ini juga menjelaskan jenis sampel dan metode pengambilan sampel, serta sumber dan metode pengambilan data. Ini juga menjelaskan definisi variabel operasional dan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan metode analisis data, termasuk analisis regresi.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Gambaran umum penelitian, pengujian, dan hasil analisis data dibahas dalam bab ini. Ini juga mencakup pembahasan analisis data (pembuktian hipotesis).

## BAB V PENUTUP

Hasil penelitian, kendala dan saran untuk penelitian selanjutnya dibahas dalam bab ini.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kajian Teori**

Studi tujuannya guna analisis apa ada pengaruh willingness to pay terhadap Kepuasan pengguna KRL Solo – Jogja. Variabel bebas gunanya yaitu willingness to pay kemudian variabel terikat gunanya yaitu pengaruh willingness to pay terhadap kualitas dan kepuasan penggunaan KRL Jogja-Solo.

#### **2.1.1 Willingness to Pay**

Pada penulisan Willingness to Pay ini terdiri dari pengertian willingness to pay dan indikator dari willingness to pay.

##### **2.1.1.1 Pengertian Willingness to Pay**

Willingness to pay atau ketersediaan Untuk membayar berarti bahwa seseorang bersedia membayar untuk kondisi lingkungan tertentu atau menahan sumber daya dan jasa alam untuk meningkatkan kualitas lingkungan (Susilo, 2023).

Menurut Permata (2019) analisis WTP berdasar melalui impresi pengguna pada harga transportasi umum berdasarkan melalui sejumlah hal, seperti jumlah dan kualitas jasa transportasi, kebutuhan pengguna, dan pendapatan pengguna. Seperti pada penggunaan metode serta dapat dipakai dengan penganalisisan keunggulan WTP adalah dengan menggunakan metode Discrete Choice Analysis Discrete Choice Analysis sebagai cara biasa dalam memperkirakan opsi dipasar dalam teori pilihan *discrete choice*, materi tersebut didasarkan agar dapat menganalisis perekonomian.

Melalui asumsi pemilihan seseorang bisa mengembangkan manfaat

sekumpulan orang, yang mana manfaat demikian merujuk pada persepsi dan perilaku. Seperangkat pilihan (*choice set*) dapat digunakan untuk menghitung struktur utilitas. Dimana dalam setiap atribut- atributnya dapat dijelaskan sepenuhnya.

Responden akan diberikan alternative nan tak sama serta setelah itu responden bakal menentukan opsinya. Berdasarkan teori utilitas acak, ada beberapa alternative pada utilitas individu  $i$ , yang dapat digambarkan sebagai :  $U_i = V_i + e_i$  dimana notasi  $U_i$  yaitu utilitas dari alternative  $I$ ,  $v_i$  adalah komponen yang sistematis dari utilitas tersebut, dan  $e_i$  sebagai komponen random. Harga merupakan atribut dalam profil produk dan tingkat rentang yang mencakup tingkat harga yang mungkin dan bermakna. Alternative khusus  $i$  dalam pilihan probabilitas dari satu set pilihan tertentu dapat dijelaskan dalam model logit binomial atau model multinomial (Thurstone, 2017).

Menurut Warpani (2002), tariff adalah harga jasa angkutan yang harus dibayarkan oleh pengguna jasa, baik melalui mekanisme perjanjian sewa menyewa, tawar menawar maupun ketetapan pemerintah. Dalam penentuan tarif, menurut Suprijadi (1991) dan warpani (2002), kebijakan tarif yang berlaku di Indonesia mengacu pada pendekatan berikut :

1. Pendekatan penyedia jasa
2. Pendekatan pengguna jasa
3. Pendekatan pemerintah

Adapun faktor yang mempengaruhi tarif jasa angkutan :

1. Kelangsungan kehidupan dan pengembangan jasa usaha angkutan

2. Daya pembelian masyarakat
3. Tingkat bunga modal di masyarakat
4. Tempo waktu pengembalian modal
5. Pengeluaran biaya di masyarakat (*sosial cost*) yang ditimbulkan karena jasa operasi angkutan.

Kebijakan dapat dipandang sebagai alat pengendali lalu lintas, satu sisi juga dapat dipandang sebagai multisisi, sisi yang lain dapat mengarahkan perkembangan diberbagai wilayah dan kota, disisi yang lain dapat juga berarti sebagai alat untuk mendorong masyarakat untuk menggunakan kendaraan umum dan mengurangi kendaraan pribadi. Dikarenakan amannya transportasi krl serta pada stasiun ditingkatkan guna melindungi pelanggan yang tidak mempunyai kartu penumpang, tak terdapat kembali individu pada transportasi dapat menyusup melainkan mempunyai kartu sah (Puspita & Singgih, 2018).

Para studi melaksanakan penyelidikan dasar pada rakyat sebelumnya telah memakai pelayanan diadakan pada transportasi serta penulis mendapati meliputi:

1. Melalui suatu survei untuk menentukan tingkat ketersediaan pelanggan untuk membayar dalam rangka mengurangi dampak negative pada lingkungan atau untuk mendapatkan lingkungan yang lebih baik.
2. Menghitung biaya yang bersedia dikeluarkan oleh individu untuk mengurangi dampak negative pada lingkungan karena adanya suatu kegiatan pembangunan.
3. Menghitung pengurangan nilai atau harga dari suatu barang akibat semakin menurunnya kualitas lingkungan.

### **2.1.1.2 Indikator Willingness to Pay**

Dalam penelitian Pernata (2019) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator willingness to pay. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Kesiediaan membayar
- b. Terbuktinya jaminan keamanan
- c. Harga terjangkau

### **2.1.2 Tangible (Bukti Fisik)**

Pada penulisan *Tangible* ini terdiri dari pengertian *Tangible* dan indikator dari *Tangible*.

#### **2.1.2.1 Pengertian Tangible (Bukti Fisiki)**

Suatu hal yang benar-benar mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan disebut bukti fisik Kotler & Keller (2012). Menurut Zeithaml bukti fisik adalah hal yang benar-benar mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi bukti fisik adalah tempat di mana jasa dibuat dan konsumen langsung berinteraksi dengannya (Iffan et al., 2018).

#### **2.1.2.2 Indikator Tangible (Bukti Fisik)**

Dalam penelitian Muhammad Iffan (2018) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator bukti fisik. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Kebersihan
- b. Penampilan seragam petugas

- c. Ruang tunggu
- d. Ketersediaan kabin
- e. Vasilitas vending
- f. Tata tertib penumpang
- g. Vasilitas kursi penumpang

### **2.1.3 Reability (Keandalan)**

Pada penulisan *Reability* ini terdiri dari pengertian *Reability* dan indicator dari *Reability*.

#### **2.1.3.1 Pengertian Reability (Keandalan)**

Reability merupakan kemampuan perusahaan serta petugas dalam menjalankan pelayanan sesuai akan diberikan, terus-menerus, terpercaya, andal, bisa dipertanggung jawabkan dan selalu berusaha untuk memenuhi apa yang dia katakan toleransi. Reability juga dianggap sebagai kemampuan untuk dapat membantu jasa dan menyediakan layanan yang tangkas dan tanggap. Dimensi ini juga mencakup keinginan para petugas untuk membantu konsumen atau pegguan jasa kereta api dalam upaya memberikan pelayana yang terbaik, cepat dan tepat, memberikan perhatian yangtepat dan segera, dan mengenai pelanggan (Samir, 2020).

Keandalan (Reliability) adalah probabilitas suatu komponen atau sistem untuk melakukan fungsi yang ditentukan dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi yang dirancang untuk beroperasi. Keandalan mempunyai arti kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu

tertentu (Samir, 2020).

Menurut Tjiptono (2006), keandalan (reliability) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (right the first time). Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Ukuran keandalan dapat dinyatakan sebagai seberapa sering sistem mengalami pemadaman, berapa lama pemadaman terjadi dan berapa cepat waktu yang dibutuhkan untuk memulihkan kondisi dari pemadaman yang terjadi.

#### **2.1.3.2 Indikator Reability (Keandalan)**

Dalam penelitian Nur Samir (2020) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator keandalan. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Cek keamanan
- b. Sosialisasi penumpang
- c. Petugas yang tegas
- d. Informasi jelas
- e. Mengutamakan keselamatan, tepat waktu dan kenyamanan

#### **2.1.4 Responsive (Daya Tanggap)**

Pada penulisan *Responsive* ini terdiri dari pengertian *Responsive* dan indikator dari *Responsive*.

##### **2.1.4.1 Pengertian Responsive (Daya Tanggap)**

Responsive adalah nilai yang terwujud dalam bentuk perilaku kerja yang



senantiasa mengembangkan sikap proaktif, kooperatif, kritis, suportif, peka terhadap situasi dan kebutuhan lingkungan kerja, mampu memanfaatkan peluang dan tantangan yang ada, serta melayani secara prima pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah layanan jasa. Responsif sebagai tanggapan responsif berisi tanggapan `wait and see', ada jeda, dan dipertimbangkan lebih dahulu sebelum membuat keputusan (Winarni, 2022).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam penelitian Abidin (2019) Responsive adalah cepat merespon bersifat menanggapi, teguh hati, bersifat memberi tanggapan (tidak masa bodoh). Sedangkan sikap responsif merupakan kesadaran akan tugas yang harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Kepekaan yang tajam dalam menyikapi berbagai hal yang dihadapinya dan kepeahaman makna tanggung jawab yang harus dipikul adalah ciri utama kepribadiannya. Seseorang tidak merasa tidak enak jika suatu saat melalaikan kewajibannya. Perasaan berdosa selalu menghantuinya. Karena itu, kapanpun, bagaimanapun dan dalam kondisi apapun selalu berusaha secara maksimal untuk melaksanakan tugasnya.

#### **2.1.4.2 Indikator Responsive (Daya Tanggap)**

Dalam penelitian Eko Winarni (2022) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator daya tanggap. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Informasi petugas
- b. Kursi prioritas
- c. Respon keluhan penumpang
- d. Ketepatan layanan

### **2.1.5 Assurance (Jaminan)**

Pada penulisan *assurance* ini terdiri dari pengertian *assurance* dan indicator dari *assurance*.

#### **2.1.5.1 Pengertian Assurance (Jaminan)**

Assurance Dimensi dapat menimbulkan keyakinan serta kepercayaan akan layanan yang diberikan bagi para pengguna kereta api. Dimensi ini juga mencakup tentang pengetahuan yang dimiliki petugas dan juga penyedia layanan, kesopanan yang ditunjukkan para petugas untuk melayani para konsumen atau pelanggan, serta kemampuan kemampuan pekerja atau petugas dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dari para pengguna kereta api (Samir, 2020).

Assurance mencakup keandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa dan kredibilitas. Dimensi ini bisa digunakan untuk posisi oleh sejumlah industri secara efektif, khususnya bila kehandalan dan keyakinan pemberi jasa merupakan hal yang sangat penting. khususnya bila kehandalan dan keyakinan pemberi jasa merupakan hal yang sangat penting (Realino et al., 2023).

#### **2.1.5.2 Indikator Assurance (Jaminan)**

Dalam penelitian Dimas Realino, et.al. (2023) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator jaminan. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Keamanan
- b. Kenyamanan

- c. Keramahan
- d. Kemampuan petugas
- e. Petugas siap siaga

### **2.1.6 Empahty (Perhatian)**

Pada penulisan *empathy* ini terdiri dari pengertian *empathy* dan indicator dari *empahty*.

#### **2.1.6.1 Pengertian Empahty (Perhatian)**

Dimensi *empahty* berkaitan dengan kemampuan organisasi atau penyedia layanan untuk memberikan perhatian dan perhatian yang sama kepada pelanggan atau pelanggan tanpa membedakan mereka. Ini juga berkaitan dengan kemampuan karyawan dan penyedia layanan untuk merasakan apa yang dirasakan pelanggan seperti mereka sendiri (Puspita & Singgih, 2018). Sebagai contoh, memberikan informasi yang jelas dengan bahasa yang singkat dan mudah dipahami, memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain, dan mendengarkan keluhan, pertanyaan, dan tanggapan dari pengguna kereta api.

Menurut Parasuram dkk (1985) dalam penelitian Tjiptono (2007) menyatakan rumus yang terkait dalam perhatian. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Q = P - E$$

Keterangan :

Q = Qualy Service

P = Persepsi Pengguna layanan

E = Harapan/Ekspetasi pengguna layanan

### **2.1.6.2 Indikator *Empahty* (Empati)**

Dalam penelitian Richa Mega Puspita dan Singgih Santoso (2018) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator empati. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Petugas menyampaikan salam
- b. Pelayanan individual
- c. Komunikasi
- d. Ketersediaan petugas

### **2.1.7 Kepuasan Pelanggan**

Pada penulisan kepuasan pelanggan ini terdiri dari pengertian kepuasan pelanggan dan indicator dari kepuasan pelanggan.

#### **2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan teori dalam Tjipotono (2008), tingkat kepuasan nan diterima oleh pelanggan pada perasaan seseorang setelah membandingkan hasil ( atau kinerja) yang ia persepsikan dengan harapannya. Menurut Park (Hasan, 2009) kepuasan pelanggan adalah suatu respon masyarakat atau konsumen terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara hasil yang diterima oleh konsumen dengan harapan konsumen, hasil atau layanan yang diterima tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Steinhoff (1997) mengatakan bahwa manusia atau orang adalah bahan baku yang digunakan dalam menghasilkan jasa atau "*the materials of service is people*".

Manusia merupakan suatu hal nan bisa menghasilkan jasa, namun terdapat pula beberapa hal nan bisa berpengaruh penunjang untuk menghasilkan jasa, seperti kebersihan, peralatan yang canggih, keakuratan, dan lain sebagainya yang dapat menghasilkan jasa (Alma, 2007).

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara jasa atau barang yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan dengan keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen atau pelanggan, serta konsumen atau pelanggan sudah mencapai tingkat kepuasan, maka akan timbul pembelian ulang atau kesetiaan konseumenterhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Nasution, 2010).

Kepuasan pelanggan fokus pada kualitas, karena pada dasarnya kepuasan konsumen didasari karena adanya suatu keadaan dimana kebutuhan, harapan, dan keinginan konsumen dapat terpenuhi oleh produk-produk yang digunakan (Nasution, 2010). Lupiyoadi & Hamdani (2006) menjelaskan strategi bagi perusahaan, konsekuensi pendekatan yang dilakukan dapat memberikan esensi penting untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi pesaing.

Kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana harapan konsumen pada kualitas jasa dan kinerja yang digunakan dapat melebihi harapan konsumen. Pengaruh kualitas jasa memiliki kontribusi yang tinggi pada pembelian ulang dan loyalitas konsumen (Tjiptono, 2004). Kepuasan dapat menghasilkan peningkatan loyalitas di perusahaan dan juga konsumen akan tetap setia dari tawaran pesaing. Seperti yang dikatakan oleh Zangmo dkk. (2004) bahwa loyalitas dapat dihasilkan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan nilai-nilai produk dan layanan yang tinggi.

### 2.1.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian Nur Khusnul Hamidah dan Haeril (2020) telah melakukan penelitian mengenai indikator-indikator kepuasan pelanggan. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- a. Rasa aman
- b. Kenyamanan
- c. Keramahan
- d. Keamanan gerbong kereta
- e. Sigapnya petugas

### 2.2 Penelitian Relevan

Beberapa studi sebelumnya yang berkaitan pada studi demikian yaitu mengenai variabel berpengaruh willingness to pay terhadap *kepuasaan dan kualitas pelayanan* sudah sering digunakan. Hasil yang akan datang dari penelitian ini akan digunakan sebagai referensi dan perbandingan.

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
1	Wawan Riyanti.2015.	Menggunakan metode penelitian	Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan petugas stasiun

Tabel Berlanjut .....

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
	Presepsi penumpang Kereta Api terhadap tingkat Pelayanan Stasiun Tugu Yogyakarta	importance performance analysis	tugu Yogyakarta mendapatkan bobot penilaian tertinggi Berdasarkan tingkat kepentingan layanan di stasiun, informasi jadwal kereta api berada di peringkat kedua, dan kebersihan area stasiun berada di peringkat ketiga. Berdasarkan tingkat kepentingan layanan kereta api, pelayanan petugas kereta berada di peringkat tertinggi, diikuti oleh keadaan fasilitas pendukung, dan kenyamanan di dalam kereta. Dan terkait keamanan, Sistem penerangan dan fasilitas keselamatan stasiun perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

Tabel Berlanjut .....

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
2	Nazwirman dan Hulmansyah, 2017.  Karakteristik penumpang KRL Comutter Line Jabodetabek	Dalam penelitian ini mengkuna kan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Menurut hasil penelitian, pengguna atau penumpang KRL berjenis kelamin laki- laki sebesar 56%, perkerja swasta sebesar 72%, pendidikan akhir SMA sebesar 50%, penghasilan 3juta-4.999 juta sebesar 40%, tujuan untuk bekerja sebesar 64% dan usia 20-30 sebesar 34%
3	Ratih Setyo Rini dan Mei Wijayanti. 2018.  Frontilener services in PT	Peneltian ini mengkuna kan metode kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa petugas frontilener PT Kereta <i>Commuter</i> Indonesia memberikan layanan sesuai prosedur yang ada. Petugas Frontilener, termasuk petugas

Tabel Berlanjut .....



No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
	KAI Commuterline Jabodetabek New Klender Station, East Jakarta		konter, petugas informasi, dan petugas keamanan, dapat menangani masalah seperti antrian dikonter, kesalahan sistem masuk dan keluar penumpang, dan masalah lainnya keamanan
4	Edi Widiarto 2018.  Operational Performance”	Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode analysis SWOT	Keterlambatan dalam perjalanan kereta komuter antara Jakarta Kota dan Bekasi, baik saat tiba maupun pergi kereta terbilang sangat tinggi. Keterlambatan paling sering terjadi di stasiun Mengangarai. Sementara indeks keamanan perjalanan menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, jumlah keterlambatan kereta api pada tahun 2016 mencapai 2004

Tabel Berlanjut .....

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
5	Fafa Afief Fachrian dan SamsulOde.2018.  inovasi pelayanan Trasnportasi Publik Kereta Commuter Indonesia di Jabodetabek	Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	kasus.  Inovasi pelayanan yang diberikan PT KCI berkaitan dengan kenyamanan, keterjangkauan serta ketepatan waktu tempuh oleh KRL inovatif dalam produk dan layanan seperti peraturan mengenai keberangkatan transportasi terperinci dan jelas. Inovasi pada sistem mengenai informasi jadwal dan posisi KRL secara real time dan peta rute KRL dalam layar digital dalam rangkaian kereta. Inovasi kebijakan seperti untuk terus menyempurnakan akan tata kelola perusahaan yang baik harus terus dikomitmenkan.

Tabel Berlanjut .....

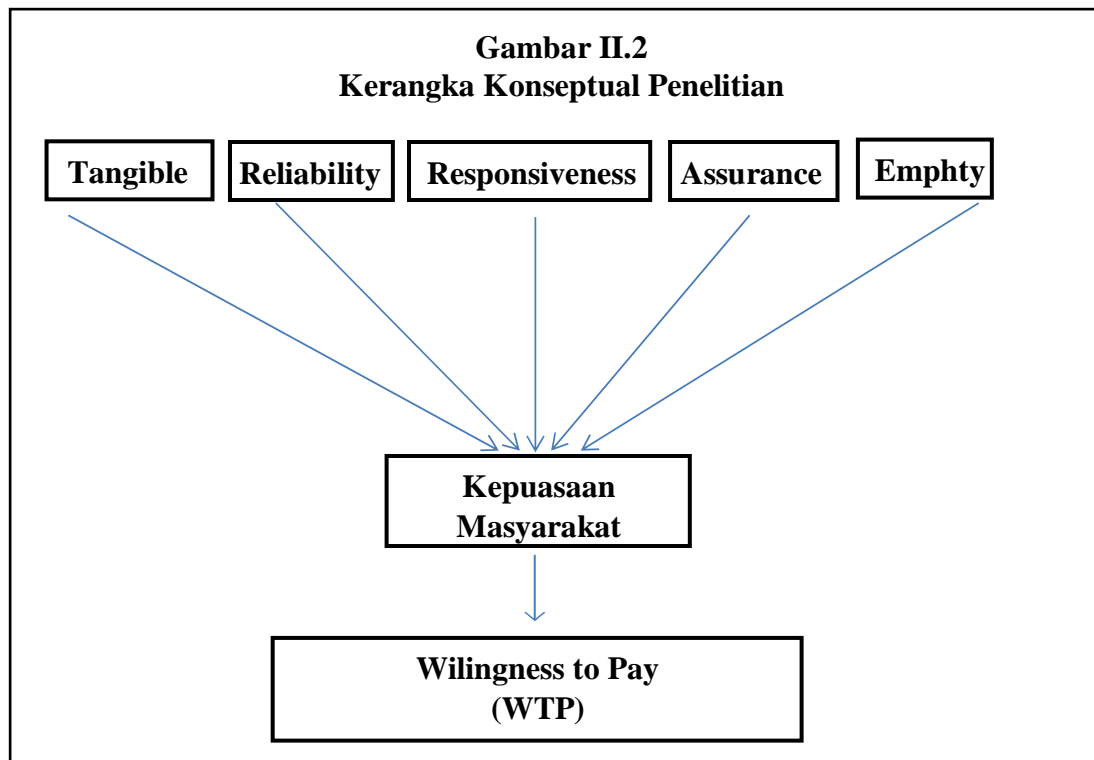
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
6	Agus Fitri Yanto (2018).  Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta Api Di Kabupaten Purworejo.	Meenggunakan path analysis, Uji Reliabilitas, Uji Validitas, Uji t, Uji F	Aspek <i>assurance</i> berpengaruh Aspek keamanan berdampak langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan KA Sawunggalih Kelas Bisnis Sawunggalih Kelas ekonomi
7	Herlin Widasiwi Setianingrum (2018).	Metode penelitian ini menggunakan	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat

Tabel Berlanjut .....

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
	Metode Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta Api Commuter Line Jabodetabek pada Stasiun Bogor	k an metode kualitatif dengan Uji Validitas, Uji Reliabilita s, Uji Persamaan Regresi	telah ditemukan bahwa Kualitas Layanan berdampak positif pada Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Commuter Line Jabodetabek. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan mengarah pada peningkatan Loyalitas Pelanggan, dan sebalikny

Sumber: Data ditulis oleh penulis.

### 2.3 Kerangka Konseptual



### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah tanggapan tentatif pada rumusan masalah studi Sugiono (2018), yaitu dalam rumusan masalah studi telah dibuktikan kedalam gambaran pertanyaan.

- H1. Bukti Fisik ( tangible ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Jogja
- H2. Keandalan memiliki dampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Jogja
- H3. Daya tanggap berdampak positif pada kepuasan pelanggan KRL Solo-Jogja
- H4. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Jogja
- H5. Perhatian berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-

Jogja

H6. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap ketersediaan pelanggan untuk membayar lebih (WTP)

#### **2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Willingness To Pay**

Pengertian kualitas layanan yaitu keinginan pelanggan atau konsumen agar menepati kebutuhan juga akurasi penyampaian guna mewujudkan pelanggan. Oleh karena itu, penyedia jasa transportasi harus mengikuti standar pelayanan minimal (SPM) yang sudah ditetapkan. Kereta Comuter Line diharapkan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan minimum. SPM atau Standar Pelayanan Umum merupakan acuan untuk layanan transportasi masyarakat atau pengguna kereta api baik di stasiun kereta api maupun saat perjalanan. Dengan meningkatkan layanan, diharapkan nilai akan meningkat Willingness to pay pemakai.

Tri basuki Joewono (2009) menyatakan bea jenis pemakai serta persepsi pengguna kereta api pada valuasi dan keputusan ini dipengaruhi oleh kualitas layanan, perjalanan, dan kondisi finansial pengguna kereta api. Dalam studi terdahulu menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk membayar.

Sedangkan, Dorn dan Suessmair (2017) menyatakan pada harga (price consciousness) serta keadilan (fairness) menjadi faktor yang paling krusial dalam berpengaruh kesediaan seseorang untuk membayar. Jin Woo (2007) menjelaskan bahwa harga yang diterima (perceived price), nilai yang diterima (perceived value), kepuasan pelanggan memiliki hubungan secara langsung terhadap motivasi

perilaku pengguna dimasa yang akan datang.

Menurut Susanto pada Mulatsih (2016). Dimensi penentu kualitas jasa dalam pelayanan terdiri atas 5 faktor meliputi:

- a. Penampilan Fisik (tangible) meliputi penampilan pesonel, penampilan fisik, materi komunikasi dan peralatan.
- b. Kehandalan (reliability), kemampuan dalam melaksanakan jasa –jasa yang sudah dijanjikan oleh perusahaan.
- c. Tanggapan (responsiveness), kemampuan petugas perusahaan dalam memberikan bantuan terhadap pelanggan yang kesulitan dan memberikan pelayanan jasa yang cepat.
- d. Kepastian (assurance), keramah tamahan petugas kepada pelanggan untuk terciptanya opini yang baik serta kemampuan atau pengetahuanpetugas dalam layanan.
- e. Empaty (emphaty), perhatian dan kepedulian perusahaan terhadappelanggan.

Menurut Zulfahmi et.al (2015). Layanan merupakan suatu kegiatan dilaksanakan diberikan melalui kelompok terhadap pihak lain yang bersifat tidak berwujud fisik (intangible) serta tak menjadi pemilik barang. Berikut dimensi kualitas pelayanan dipromosikan pada KRL bisa berpengaruh kepuasan terhadap Pengguna jasa KRL:

#### 1. Bukti Langsung Pelayanan

Tangible atau pembuktian langssung pelayanan merupakan keahlian usaha melalui petunjuk eksitansinya pada bagian luar. Kualitas sarana serta fasilitas yang

diberikan oleh organisasi bisnis yaitu pembuktian hasil pada layanan nan dipersembahkan (Mahardika, 2016). Misalkan barang layanan di KRL Solo – Jogja seperti fasilitas fisik dan prasarana pelayanan yaitu :

a. Fasilitas

Dalam layanan yang tak dapat diraba, tak bisadicium ataupun tidak dapat dilihat, sehingga tangible berperan penting sebagai ukuran dalam pelayanan konsumen. Berdasarkan beberapa sumber dan survey mengenai fasilitas yang diberikan kepada pengguna KRL Solo – Jogja sudah cukup baik, seperti penerangan, pintu, dan bagasi.

b. Penampilan Petugas

Penampil karyawan mengasih pelayanan bisa membandingkan mutu layanan berdasarkan elemn nyata dan bisa dilihat, maka dengan hal ini bisa dilihat seberapa besar layanan nan dapat dikasih pada penumpang. Dengan adanya keseragaam kepada para petugas dapat memudahkan para penumpang untuk menanyakan informasi keberangkatan, kesulitan atau kesusahaan saat mengambil barang dibagasi, dll. Selain terlihat rapi, penampilanpetugas juga sebagai seperti pembuktian layanan terhadap penumpang kemudian pelanggan bisa yakin karna para petugas segera mengasih layanan bermutu, memuaskan, dan dapat kinerja dilaksanakan seimbang serta pertanggung jawab.

2. Keandalan Pelayanan (Reliability)

Kemampuan dalam penyampaian informasi yang akurat, menyelenggarakan jasa yang dapat diandalkan dan kosnsisten, dengan maksud lain yaitu kemampuan yang diberikan perusahaan untuk pelanggan seimbang pada dikatakan selaku



tepat dan terpercaya, layanan yang baik, sikap yang memegang, kinerja yang baik sesuai dengan ketepatan waktu, dan dalam kecermatan yang besar (Susanto, 2018). Menurut Prasetyo, (2015). Aspek Reliability terdiri dari beberapa hal meliputi:

a. Pelayanan Petugas

Dimensi reliability juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, adalah faktor dalam ukuran keakuratan dan kekuatan pada organisasi bisnis saat mempersembahkan layanan kepada pelanggan. Ada 2 aspek dari dimensi ini. Pertama yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang baik sesuai yang dijanjikan. Kedua yaitu seberapa besar suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang akurat dan tepat menurut Prasetyo (2015).

Kualitas dimiliki karyawan saat memberikan layanan di dalam transportasi KRL wajib seimbang seperti standar layanan yang telah diaturkan. Semua karyawan harus melaksanakan pekerjaannya dengan tanggung jawab, bersahabat/hangat pada semua pelanggan dan disiplin. Faktor yang menghambat pelayanan yang diberikan oleh Pihak KRL tidak terlihat karena petugas telah melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan janji perusahaan. Arahkan penumpang ke tempat duduk masing-masing, sebagai contoh.

b. Kesiapan petugas

Petugas kereta api harus selalu siap dan bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya mulai dari keberangkatan hingga pemberhentian akhir

tujuan kereta api. Mereka juga harus selalu siap untuk memberikan layanan terbaik kepada penumpang kereta api. Contoh kekuatan karyawan KRL didalam kereta yaitu para petugas beberapa menit sekali mengecek setiap gerbong kereta sehingga jika terjadi permasalahan dalam gerbong penumpang bias langsung menyampaikannya.

### 3. Daya Tanggap (Responsiveness)

Daya tanggap petugas ini mencakup kemampuan dan kesediaan petugas untuk menginformasikan berita keberangkatan, membantu penumpang atau pelanggan, dan merespon permintaan penumpang atau pelanggan secara cepat dan tanggap (sugianto,2018). Menurut Prasetyo, (2015). Aspek yang paling berubah dari kualitas pelayanan adalah daya tanggap petugas, atau responsivitas. Harapan pelanggan terhadap pelayanan yang cepat akan. Contoh dari dimensi responsiveness ini adalah menanggapi penumpang jika meminta bantuan.

#### a. Kesan pemberi layanan

Menurut Prasetyo, (2015) kekuatan reaksi bisa terlihat melalui bekas nan dirasakan penumpang dalam memberikan pelayanan dan selalu tanggap apabila ada masalah di dalam kereta api ataupun distasiun. Menurut beberapa sumber, tanggung jawab petugas, pelayanan yang baik dan keramhaanpara petugas salah satu point penting dalam kepuasan pelanggan dan akan menjadi kesan tersendiri kepada penumpang atas pelayanan yang diberikan.

Interaksi petugas dengan penumpang juga menjadi poin tambahan dalam

kepuasaan penumpang karena akan membuat mereka nyaman. Pelayanan yang baik mendukung pemberian kesan yang baik untuk penumpang KRL. Seperti contoh sopan terhadap penumpang serta terapkan lima s terdiri dari senyum, salam, sapa, sopan serta santu terhadap penumpang KRL.

#### 4. Jaminana Pelayanan (Assurance)

Jaminana merupakan factor mutu layanan berkaitan langsung berdasarkan kinerja organisasi bisnis, petugas, serta bagian pada menyebutkan keyakinan serta kepercayaan pelanggan. Assurance memiliki empat aspek yaitu keramahan, kompetensi, keamanan, dan kredibilitas.

Dalam aspek ini kesantunan merupakan bagian satu factor bisa mengukur bagian wujud bisa dilihat yaitu memberikan senyuman. Yang dimaksud aspek kompetensi yaitu setiap karyawan harus memiliki wawasan dan pengetahuan yang baik terhadap suatu produk yang ditawarkan.

Kredibilitas merupakan penilaian atau reputasi yang baik yang dimiliki perusahaan maka penumpang memiliki kepercayaan guna memutuskan barang dalam usaha. Sedangkan aspek aman merupakan konsumen wajib memiliki perasaan nyaman dan terjamin saat menjalankan pembayaran.

##### a. Kepercayaan dalam perjalanan

Factor jaminana dilakukan pada karyawan mempersembahkan pelayanan dalam transportasi, hal ini bias memandang melalui cara petugas memberikan layanan kepada penumpang sehingga menimbulkan rasa percaya dan nyaman dalam perjalanan. Petugas harus menjalankan tugas nya sesuai

dengan SOP perusahaan dan apabila terjadi kendala atau permasalahan saat kepergian, karyawan wajib memberikan bersikap santai juga bias mendapat jalan keluar baik kepada penumpang.

Hal itu dilakukan agar penumpang merasa nyaman dan percaya dalam kepergian sekumpulan orang alami. Contoh pada dimensi yaitu karyawan mempersembahkan himbauan atau informasi mengenai aturan yang ada sehinggapara penumpang tidak melanggar aturan.

a. Keamanan dan kenyamanan perjalanan

Para petugas yang bekerja di dalam gerbong kereta selalu cek amnnya serta selalu pastikan pintu keluar betul-betul tak terbuka guna mengawasi keamanan kepergian dalam trespot. Kerjasama antara pihak polisi danpetugas keamanan diharapkan dapat menambah keamanan saat perjalanan. Contoh dalam dimensi ini yaitu petugasmengarahkan penumpang ke kursi yang telah dipesan.

5. Emphaty

*Empahty* yaitu memberikan perhatian tulus yang bersifatindividua tau pribadi kepda pelanggan yang berupaya untuk mengerti kebutuhan konsumen secera jelas serta nyata (Yanto,2015).

*Empahty* merupakan 5 aspek dlam mutu layanan, hal demikian dianggap tak terlalu perlu dibandingna dengan faktor lainnya. Namun, guna organisasi lain konsumen mewaspadaai factor demikian dianggap cukup penting Pelanggan menengah pada keinginan besar guna organisasi bisnis tau diri sendiri. Menurut mereka organisasi bisnis wajib mengenal lebih dalam biodata konsumen. Misalnya tak demikian, seharusnya perusahaan mengalami kehilagan target guna

bisa mewujudkan hasrat pada faktor *empathy*.

Menurut Prasety (2015). Karyawan harus mempersembahkan pengamatan untuk pelanggan, misalnya meningkatkan pelayanan kepada penumpang, mewarisi berita pada pelanggan selanjutnya sampai pada wilayahtujuan agar pelanggan mengerti keberadaanperjalanan transportasi sehingga pengguna jasa tak akan kesasar dalam tujuan wilayahnya. Disetiap petugasyang bertugas harus memberikan pelayanan nan adil dan sama tanpa membedakan status socialpenumpang.

#### **2.4.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Wilinggnes To Pay**

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan upaya membuat sesuatu atau pemenuhan sesuat Tjiptono (2011). Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam bisnis. Kepuasan juga bisa bermakna pada perbandingan melalui keinginan serta pengharapan konsumen maupun pelanggan serta kenyataan yang dirasakan oleh konsumen atas suatu produk atau jasa yang ditawarkan atau digunakan.

Memuaskan konsumen adalah hal yang penting dilakukan oleh perusahaan karena dengan memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan citra perusahaan yang lebih unggul dan menjadi pembedaan pesaingan. Dengan memuaskan konsumen juga dapat memicu pengguna jasa agar terus memakai barang yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa memuaskan konsumen adalah aspek jawaban dalam pelanggan memutuskan membeli maupun menggunakan jasa atau produk lagi yang merupakan tujuan dalam mencapai tingkat penjualan perusahaan.

Hal ini juga diartikan karna pelanggan yang merasa suka dengan nilai barang Maupin jaasa nan diberikan perusahaan cenderung semakin menjadi pelanggan tetap.

Menurut Krisdayanto, et.al, (2018) Kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia, senang, dan kecewa seseorang sebagai hasil dari presepsi antara keinginan dan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014). Ada empat cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Ghost atau Mystery Shopping

Cara ini dapat dilakukan dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghostshoppers*) sebagai pelanggan dan pesaing. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan perusahaan tersebut dan perusahaan pesaing. Tugas lain dari *ghost shoppers* yaitu mencari tahu secara langsung bagaimana kinerja karyawan.

2. Analisis Lost Customer

Komunikasi yang baik antara perusahaan dengan konsumen bisa dibangun dengan cara selalu menanyakan atau menghubungi pelanggan khususnya bagi mereka yang sudah berhenti berlangganan atau berpaling ke pesaing, keadaan tersebut tujuannya agar mengenal permasalahan pada perusahaan serta perusahaan dapat segera memperbaikinya.

3. Survei kepuasan pelanggan

Riset atau penelitian melalui survei yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk melihat dan mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan akan mendapatkan umpan balik dan tanggapan dari

pelanggan.

#### 4. Sistem saran dan keluhan

Pemberian sistem saran dan keluhan adalah salah satu hal penting dalam perusahaan karena dengan pemberian sistem saran dan keluhan dapat melihat seberapa puas konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan melalui berbagai media seperti kartu komentar, telepon layanan

#### 5. konsumen, kotak saran dan kritik.

Dengan informasi yang diberikan oleh konsumen perusahaan menjadi lebih tau permasalahan apa yang terjadi dilapangan dan perusahaan dengan cepat memperbaiki berbagai masalah yang gterjadi sehingga masalah tersebut tidak akan lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam penggunaan jasa atau produk perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian**

Sumber data penelitian adalah lokasi dan waktu, dan populasi dianggap sebagai sampel, sehingga penentuan lokasi penelitian sangat penting karena berhubungan dengan data yang akan dicari oleh peneliti sesuai dengan fokus yang telah ditentukan.

#### **3.1.1 Waktu Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013) tak terdapat peraturan mudah untuk memprediksi durasi penelitian. Namun, lama penelitian akan ditentukan oleh tujuan penelitian dan ketersediaan sumber data. Selain itu, tergantung pada ruang lingkup penelitian dan metode yang digunakan peneliti untuk mengatur waktu mereka. Penelitian dilakukan dari Juli hingga Agustus 2023.

#### **3.1.2 Tempat Penelitian**

Penelitian Ini dicapai dengan memilih lokasi stasiun di kota Solo sebagai lokasi penelitian karena peneliti ingin mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, serta Ketersediaan pelanggan untuk membayar lebih (WTP)

### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dan kuantitatif, dan karena metodologi yang digunakan, sesuai dengan kriteria penelitian survei. Kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Menurut Sugiyono (2008) Penelitian survei berarti pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner atau wawancara untuk mengetahui reaksi responden. Hubungan asosiatif adalah



jenis kausalitas yang akan digunakan, dan metode kuantitatif akan digunakan. Penelitian akan mencari masalah hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak *Willingness to pay* (kesediaan membayar) terhadap Kualitas pelayanan dan kepuasan Masyarakat.

### **3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Baik sampel maupun populasi secara keseluruhan adalah subjek penelitian, dan sampel adalah sebagian dari populasi. Pengambilan sampel, juga dikenal sebagai teknik pengambilan sampel, adalah proses dan metode pengambilan sampel untuk memperkirakan kondisi populasi.

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013) berpendapat bahwa populasi adalah kategori yang luas dari objek atau subjek yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. Orang-orang dalam populasi penelitian ini adalah mereka yang pernah menggunakan KRL KRL Solo – Jogja minimal satu kali. Karena orang tersebut dianggap sudah dewasa dan mampu mempertanggung jawabkan diri dan perbuatannya pada usia tersebut, individu tersebut harus berusia minimal 17 tahun. Usia ini juga diperlukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat dan relevan dengan keadaan di lapangan. Populasi pada studi yaitu Pengguna KRL Solo – Jogja.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiono sampel adalah sebagian jumlah dan sifat yang dimiliki oleh populasi ini, sampel dipilih wajib representatif artinya seluruh jenis populasi harusnya tampak pada sampel yang telah menjadi pilihan (Imron, 2019). Penelitian

ini tidak mengetahui jumlah populasi dan proporsi keseluruhan, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus bernouli (Solihin, 2020) yaitu:

$$n = \frac{\left(Z \frac{\alpha}{2}\right)^2 p \times q}{e^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$Z$  : Nilai yang diperoleh dari perhitungan  $\alpha/2$

$p$  : Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

$q$  : Probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel ( $1-p$ )

$\alpha$  : tingkat ketelitian

$e$  : tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini digunakan tingkat akurasi ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan 95% kepercayaan, sehingga diperoleh nilai  $Z$  sebesar 1,96, sedangkan nilai  $e$  (tingkat kesalahan) ditentukan sebesar 10%. Peluang populasi tidak diambil sebagai sampel adalah 0,5, maka peluang populasi diambil sebagai sampel masing-masing 0,5 dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = 96,04$$

Setelah pembulatan, jumlah total sampel menjadi 100. Dengan demikian, sampel penelitian ini akan terdiri dari setidaknya seratus individu yang berbeda.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah menggunakan Sampel Non-probabilitas (*Non-probability Sampling*) dengan metode Accidental

Sampling. Menurut Sugiyono *Non-probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara non-random yang mana kesempatan tidak diberikan dengan mudahnya dan sama terkait dengan semua item untuk dipilih sebagai pengisi angket atau kuesioner (Imron, 2019). Metode *Accidental Sampling* menurut Sugiyono adalah metode penentuan sampel didasarkan setiap orang bertemu dengan peneliti berhubungan dengan topik penelitian akan dilihat serasi untuk dijadikan sumber data (Istanti et al., 2020).

Kriteria akan dijadikan sampel pada penelitian ini ialah pelanggan yang sudah menggunakan KRL Jogja-Solo berada di Stasiun Lempuyangan, Stasiun Maguwo, Stasiun Brambanan, Stasiun Srowot, Stasiun Klaten, Stasiun Ceper, Stasiun Delanggu, Stasiun Gawok, Stasiun Purwosari, dan Stasiun Solo Balapan.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Data penelitian adalah semua fakta dan angka yang dapat digunakan untuk membuat informasi, sedangkan sumber data penelitian adalah subjek dari mana data dikumpulkan.

#### **3.4.1 Data**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa data kuantitatif adalah data yang cenderung dapat dianalisis dengan teknik statistik karena bentuknya adalah angka atau data yang diangkakan (scoring). Data tersebut berupa angka atau skor yang dihasilkan dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan oleh responden.

### 3.4.2 Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama mereka (Ahmad, 2017). Pengguna KRL Solo—Jogja adalah sumber data primer dalam penelitian ini.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner menanyakan beberapa pertanyaan kepada peserta dan memberikan pilihan jawaban alternatif kepada mereka (Sari & Dewi, 2017). Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur pendapat orang tentang suatu peristiwa. Ada dua jenis pertanyaan dalam skala likert: pertanyaan positif dan pertanyaan negatif. Pertanyaan positif diberi nilai 5,4,3,2, dan 1, sedangkan pertanyaan negatif diberi nilai 1,2,3,4, dan 5 (Pranatawijaya, et.al., (2019):

**Tabel III.1**  
**Skala Likert**

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel yang dapat diukur atau diamati yang berkaitan dengan individu atau

organisasi dikenal sebagai variabel penelitian. Untuk menentukan jenis indikator dari variabel-variabel yang terikat dalam penelitian ini, definisi operasional variabel digunakan. Definisi operasional variabel juga bertujuan untuk menentukan skala masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Variabel penelitian dikategorikan menjadi dua (2) variabel meliputi:

a. Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel independen disebut sebagai variabel dependen atau variabel terikat. (Sugiyono, 2017).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (Y1) dan kepuasan pelangg (Y2)

b. Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen berubah atau muncul disebut variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Willingnes to Pay (X3)

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Setelah kegiatan pengumpulan data, analisis data dilakukan. Untuk memastikan bahwa hasil penelitian adalah akurat dan valid, data dianalisis dalam berbagai cara. Analisis ini ditujukan dalam bentuk statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif menunjukkan data empiris yang menggambarkan hubungan antara responden dan variabel-variabel yang diuji dalam survei, sedangkan statistik inferensial menarik kesimpulan tentang hipotesis penelitian (Ferdinand, 2014). nalisis data untuk penelitian ini dilakukan menggunakan

program statistik IBM SPSS 22.

Analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi berganda, uji-T, analisis jalur, dan uji sobel. Ini dilakukan karena model penelitian memiliki mediasi, yang memungkinkan untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3.7.1 Uji Instrumen Penelitian**

Penelitian yang mengukur variabel dalam kuesioner harus menguji kualitas data yang dikumpulkan. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memeriksa keakuratan data.

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pemeriksaan untuk mengetahui apakah survei telah disebarkan atau tidak. Semakin efektif sebuah survei, semakin besar kemungkinannya untuk mencapai tujuan atau menunjukkan apa yang diukurnya. Pertanyaan individu dari kuesioner digunakan untuk memeriksa validitasnya. Analisis korelasi digunakan untuk menguji validitas variabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, survei dianggap valid, tetapi tidak jika nilai r hitung lebih rendah dari r tabel. Tabel menolak survei (Jaya, 2018).

#### **2. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2018) Untuk menguji indikator suatu variabel, alat uji harus digunakan untuk menguji kuesioner indikator tersebut; uji reliabilitas adalah langkah pertama yang harus dilakukan. Jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu, kuesioner akan dianggap handal. Digunakan alfa coefficient Cronbach untuk menilai reliabilitas indikator variabel.

Tiap kuesioner dinyatakan reliabel jika alfa cronbachnya lebih dari 0.60, dan tidak reliabel jika alfa cronbachnya kurang dari 0.60.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian awal yang dilakukan sebelum uji regresi linier berganda. Tujuan uji asumsi klasik yaitu untuk memastikan bahwa koefisien regresi yang dihasilkan akurat, tidak bias dan konsisten dalam estimasi. Suatu model regresi dikatakan baik dan dapat digunakan jika memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedasitas. Apabila terdapat asumsi yang tidak terpenuhi, maka hasil yang diperoleh tidak bisa dikatakan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Karena data penelitian ini adalah *cross-section* maka uji autokorelasi tidak perlu dilakukan (Ghozali 2013)

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi terdistribusi normal. Nilai residual data berdistribusi normal jika kurva berbentuk lonceng. Menurut residu biasa, residu model adalah variabel acak dengan rata-rata nol. Jika residualnya berdistribusi normal, maka model regresi itu baik. Uji Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk menguji normalitas. Data memiliki distribusi normal jika p-value lebih besar dari 0,05 dan kurang dari 0,05 (Christy et al., 2018).

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menentukan ada tidaknya multikolinearitas berdasarkan toleransi dan faktor inflasi variabel, atau VIF; nilai VIF yang lebih

tinggi sesuai dengan toleransi yang lebih rendah. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Model tersebut tidak multikolinear dengan toleransi 0,1 dan VIF 10, tetapi multikolinear dengan toleransi 0,1 dan VIF 10 (Christy, et.al., 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah ada varians yang tidak sama. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan tetap, itu disebut homokedastisitas. Sebaliknya, jika variasi berbeda, itu disebut heteroskedastisitas. Nilai signifikansi dapat digunakan untuk memverifikasi uji heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, tidak ada indikasi heteroskedastisitas; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, gejala heteroskedastisitas ditemukan (Astuti, 2019).

### 3.7.3 Uji Ketetapan Model

Uji akurasi model mengukur konsistensi fungsi regresi sampel dalam mengukur nilai aktual, dan uji ketepatan mengukur ketetapan fungsi regresi sampel saat mengukur nilai aktual. Uji statistik F dan koefisien determinasi dapat digunakan untuk menguji akurasi model (Ferdinand, 2014).

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

Uji koefisien determinasi menentukan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Koefisien uji ini menunjukkan seberapa baik persentase variabilitas variabel independen yang digunakan menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1, menunjukkan bahwa



variabel independen yang digunakan sangat terbatas untuk menjelaskan variabilitas variabel dependen, tetapi jika nilai koefisien determinasi  $R^2$  mendekati 1, maka variabel independen yang digunakan dapat memberikan informasi (Jaya, 2018). Nilai untuk koefisien determinasi  $R^2$  diterima jika nilai  $F$  hitung jauh di atas 4 (Duli, 2019).

## 2. Uji Statistik F

Uji F adalah uji yang menentukan apakah ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Distribusi nilai F hanya berarah ke arah positif, dan jika hasil F lebih besar dari 4, maka model yang dipilih untuk variabel tersebut sudah tepat (sesuai) (Duli, 2019). Uji-F dilakukan pada taraf signifikansi 5%.

Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen secara bersamaan, tetapi jika nilai F hitung lebih rendah dari F tabel, maka tidak ada pengaruh. Jika tingkat probabilitas (sig t) lebih besar dari 0.05,  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara bersamaan, tetapi jika tingkat probabilitas (sig t) kurang dari 0.05, maka  $H_0$  ditolak (Astuti, 2019).

### 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Lintong et al., 2018) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keengganan untuk membayar terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat pengguna KRL Solo-Jogja. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yang melibatkan dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen..

### 3.7.5 Uji Hipotesis (Uji Statistik T)

Dengan membandingkan nilai t-tabel dan t-hitung, uji T dapat dihitung untuk menentukan apakah model regresi variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat ketika t hitung lebih besar dari t tabel dan sig lebih besar dari 0,05. (Astuti, 2019).

$H_0$  : tidak memiliki pengaruh secara simultan dari variabel variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a$  : memiliki pengaruh secara simultan dari variabel variabel bebas terhadap variabel terikat.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Bab ini akan menyajikan hasil dari studi yang menyelidiki bagaimana komponen seperti kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap ketersediaan pembayaran (WTP). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang dikirim melalui media sosial. Responden pengguna KRL Solo Yogyakarta dihubungkan melalui link form Google.

##### **4.1.1 Deskriptif Responden**

Kami dapat mengidentifikasi karakteristik responden melalui analisis deskriptif. Identitas responden terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, dan usia responden.

###### **4.1.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner, jenis kelamin responden ditunjukkan di bawah ini.

**Tabel IV.1**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase (%)
1	Perempuan	61	61%
2	Laki-laki	39	39%
Total:		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Seperti yang dapat Menurut data di atas, presentase responden terendah adalah 39 persen, sebagian besar laki-laki, dan total 39 orang. Namun, sebagian besar penumpang KRL Solo-Jogja adalah perempuan. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini.

#### 4.1.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner bisa kita lihat dibawah ini adalah Umur Responden

**Tabel IV.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Deskripsi Frekuensi Responden	
		Frekuensi	Presentase (%)
1	18-22 Tahun	52	52%
2	23-28 Tahun	33	33%
3	29-34 Tahun	12	12%
4	35-40 Tahun	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dari informasi yang disampaikan diatas, presentase responden yang berumur 18-22 Tahun sebesar 52% dengan jumlah responden 52 orang, Sedangkan responden yang berumur 23-28 tahun sebesar 33% dengan jumlah responden 33 orang, Responden yang berumur 29-34 tahun sebesar 12% dengan jumlah responden 12 orang, Dan responden yang berumur 35-40 tahun sebesar 3% dengan jumlah responden 3 orang. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan penelitian ini, pengguna KRL Solo-Jogja terbesar berumur sekitaran 18-22 tahun.

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

Pada penelitian tugas akhir ini, penulis menggunakan metode pengujian yang mereka anggap tepat dan dapat memenuhi kebutuhan data-data yang diperlukan untuk membangun sistem yang telah dibuat. Hasil pengujian diberikan dalam bentuk tabel, sehingga lebih mudah untuk dianalisis dan mengembalikan kesimpulan.

### **4.2.1 Uji Instrumen Penelitian**

Dalam terdapat uji instrument studi, sehingga data nan digunakan dapat dipertanggung jawabkan dan akurat. Uji Instrumen Penelitian ini adalah Validitas dan Uji Realibilitas.

#### **4.2.1.1 Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas dapat digunakan untuk menguji validitas angket. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan perbedaan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Dalam penelitian ini,  $r$  tabel dicari pada signifikansi 0,05 dua sisi dengan ( $n$ ) atau jumlah data = 100,  $df = n-3$ . Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka angket penelitian dinyatakan valid.

Penelitian ini menemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,196 dengan signifikansi 0,05 dan uji dua sisi, sehingga nilai  $df$  ( $n-2$ ) adalah 98. Hasil uji validitas ditunjukkan dalam tabel berikut

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	keterangan
Kualitas Pelayanan	Tangible X1.1.1	0.742	0.196	Valid
	X1.1.2	0.748	0.196	Valid
	X1.1.3	0.761	0.196	Valid
	X1.1.4	0.745	0.196	Valid
	X1.1.5	0.757	0.196	Valid
	X1.1.6	0.759	0.196	Valid
	Realibility X1.2.1	0.727	0.196	Valid
	X1.2.2	0.772	0.196	Valid
	X1.2.3	0.760	0.196	Valid
	X1.2.4	0.727	0.196	Valid
	X1.2.5	0.763	0.196	Valid
	Renponsive X1.3.1	0.739	0.196	Valid
	X1.3.2	0.754	0.196	Valid
	X1.3.3	0.752	0.196	Valid
	X1.3.4	0.743	0.196	Valid
	X1.3.5	0.739	0.196	Valid
	Assurance X1.4.1	0.723	0.196	Valid
	X1.4.2	0.714	0.196	Valid
	X1.4.3	0.786	0.196	Valid

Tabel Berlanjut .....

	X1.4.4	0.744	0.196	Valid
	Empahty X1.5.1	0.744	0.196	Valid
	X1.5.2	0.773	0.196	Valid
	X1.5.3	0.762	0.196	Valid
	X1.5.4	0.770	0.196	Valid
Kepuasan Penumpang	X2.1	0.755	0.196	Valid
	X2.2	0.734	0.196	Valid
	X2.3	0.751	0.196	Valid
	X2.4	0.740	0.196	Valid
WTP	Y1.1	0.708	0.196	Valid
	Y1.2	0.707	0.196	Valid
	Y1.3	0.723	0.196	Valid
	Y1.4	0.729	0.196	Valid
	Y1.5	0.705	0.196	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dari tabel tersebut variabel kualitas pelayanan, kepuasan penumpang, dan WTP Semua pernyataan sudah valid, karena nilai total rhitung > rtabel...

#### 4.2.1.2 Uji Reabilitas Instrumen

Tujuan uji reabilitas adalah untuk menentukan tingkat konsistensi kuisioner. Konsep konsistensi berarti bahwa kuesioner yang sama dapat digunakan untuk menguji konsep yang berbeda dalam berbagai situasi. Jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60, maka indikasi tersebut dianggap dapat diandalkan. (Ghozali,

20013). Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Product (X1)	0.783	0.60	Reliabel
Price (X2)	0.784	0.60	Reliabel
Promotion (X3)	0.778	0.60	Reliabel
Price (X4)	0.777	0.60	Reliabel
People (X5)	0.808	0.60	Reliabel
Promotion (X6)	0.780	0.60	Reliabel
Physical Evidance (X7)	0.754	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.784	0.60	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Hasil dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel tersebut sudah menjadi variabel..

#### 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi yang dihasilkan akurat, tidak bias, dan konsisten. Jika memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu data berdistribusi normal dan tidak terjadi heterokedasitas, multikolinearitas, atau autokorelasi, model regresi dianggap baik dan dapat digunakan. Jika asumsi tidak terpenuhi, hasil yang diperoleh tidak dapat diklasifikasikan sebagai *Best Linear Unbiased*



*Estimator*). Karena data penelitian ini adalah *cross-section* maka uji autokorelasi tidak perlu dilakukan

#### 4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui status nilai residual, terutama apakah nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika nilai residual mengikuti distribusi normal, ini menunjukkan bahwa model regresi akurat. Nilai Asymp akan ditampilkan oleh uji statistik kolmogorov-smirnov. Angket dikatakan memiliki distribusi normal ketika Asymp. Sig > 0.05 (Ghozali 2013).

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.69983636
Most Extreme Differences	Absolute		.098
	Positive		.049
	Negative		-.098
Test Statistic			.098
Asymp. Sig. (2-tailed)			.019 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.275 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.263
		Upper Bound	.286

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil persamaan diatas yang ada pada table uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pengujian Kolmogrov-Smirnov Test yang menunjukkan nilai sebesar 0.19 yang mana lebih besar dari 0,05 terbukti bahwa persamaan regrensi pada penelitian ini telah berdistribusi normal.

#### 4.2.2.2 Uji Multikolienaritas

Pengujian multikolienaritas merupakan bagian ketentuan analisis regrensi linear berganda ketika data tidak terjadi multikolienaritas maka tidak dapat dianalisis, namun jika ketentuan sudah terpenuhi maka dapat dilakukan pengujian selajutnya (imam et al., 2021).

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.143	1.753		1.793	.076		
	Tangible	-.015	.074	-.022	-.204	.838	.444	2.252
	Realibility	-.118	.122	-.132	-.969	.335	.275	3.641
	Renponsi ve	.296	.116	.312	2.551	.012	.342	2.920
	Assurance	.314	.152	.271	2.062	.042	.297	3.364
	Emphty	.131	.154	.117	.853	.396	.273	3.669
	Kepuasan	.352	.151	.266	2.324	.022	.390	2.562

a. Dependent Variable: Willingnes To Pay  
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Variable Pelayanan Tangible memiliki nilai ketahanan sebesar 0.444, sedangkan Variable Pelayanan Realibility memiliki nilai tolerance sebesar 0.275, variabel pelayanan renponsive memiliki nilai tolerance sebesar 0.342, variabel pelayanan assurance memiliki hasil tolerance yaitu 0.297, variabel pelayanan *empahty* memilki nilai tolerance sebesar 0.273 . kemudian variabelll kepuasan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0.390 serta hasil VIF untuk masing masing variable sebesar 2.252 3.641 2.920 3.364 3.669 2.562. Jadi, tidak ada multikolinearitas antar variabel independen karena nilai Tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10.

#### 4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokesdesitas adalah uji tambahan yang digunakan untuk menguji kebenaran model regresi. Menurut model regresi, tidak ada gejala heterokesdesitas ketika nilai probabilitas sig lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2013). Hasil uji heterokedasitas ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.337	1.061		1.261	.211
	Tangible	.023	.045	.077	.507	.613
	Realibility	.020	.074	.052	.270	.788
	Renponsive	-.020	.070	-.049	-.284	.777
	Assurance	-.121	.092	-.245	-1.311	.193
	Emphty	-.005	.093	-.011	-.058	.954
	Kepuasan	.093	.092	.165	1.010	.315

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dari table diatas dapat dilihat nilai signifikansi dari masing-masing variable. Nilai signifikansi variable pelayanan tangible sebesar 0.613, variable pelayanan *realibility* sebesar 0.788, variable pelayanan *renponsive* sebesar 0.777, variable pelayanan assurance sebesar 0.193, dan variable pelayanan *empahty* sebesar 0.954. sedangkan variable kepuasan sebesar 0.315. dari hasil variable; tersebut memiliki nilai signifikasi lebih besar dari 5% (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa heterokesdasitas tidak terjadi dalam model regrensi.

#### **4.2.3 Uji Ketetapan Model**

Pada penelitian uji ketepatan model ini terdiri dari Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), yang bertujuan untuk Tujuan uji koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) adalah untuk melihat seberapa besar variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen.

##### **4.2.3.1 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R<sup>2</sup>) bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan bahwa variabel terikat hanya berdampak sedikit pada variabel bebas, dan sebaliknya. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan bahwa variabel terikat hanya berdampak sedikit pada variabel bebas (Ghozali, 2013).

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.143	1.753		1.793	.076
	Tangible	-.015	.074	-.022	-.204	.838
	Realibility	-.118	.122	-.132	-.969	.335
	Renponsive	.296	.116	.312	2.551	.012
	Assurance	.314	.152	.271	2.062	.042
	Emphty	.131	.154	.117	.853	.396
	Kepuasan	.352	.151	.266	2.324	.022

a. Dependent Variable: Willingnes To Pay

Sumber: Output SPSS 23, 2023

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.494	1.754

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Tangible, Assurance, Renponsive, Realibility, Emphty

Sumber: Output SPSS 23, 2023

Hasil pengujian koefisiensi deteminasi di atas menunjukkan bahwa nilai R Square yang disesuaikan adalah 0,494. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan, dapat menjelaskan 49,4% variabel WTP. Variabel tambahan yang memengaruhi 50,6% variabel WTP dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam model penelitian.

#### 4.2.4 Uji F

Tujuan dari uji F adalah untuk menentukan kelayakan sebuah model dengan memeriksa ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel

independen dan variabel dependen. Jika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dan variabel dependen. Jika  $F_{hitung}$  kurang dari  $f_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2013).

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315.255	6	52.543	17.082	.000 <sup>b</sup>
	Residual	286.055	93	3.076		
	Total	601.310	99			

a. Dependent Variable: Willingnes To Pay (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan (X6), Tangible (X1), Assurance (X4), Renponsive (X3), Realibility (X2), Emphyty (X5)

Sumber: Output SPSS 23, 2023

Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17.082 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $F_{hitung}$  ini kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ .  $F_{tabel}$  diperoleh dari  $df_1$  dan  $df_2$  dengan nilai sgnifikasi 0,05.  $df_1$  adalah jumlah verifikasi independen yaitu 6 dan  $df_2$  adalah nilai residul dari model ( $n-k-1$ ) yaitu 93 dimana ( $n$ ) adalah jumlah responden dan ( $k$ ) adalh jumlah variable independent. Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,699 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17.082 > 2,699$ ). Hal ini menunjukkan bahwasanya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya Kualitas pelayanan, kepuasan penumpang berpengaruh secara simultan terhadap ketersediaan membayar (WTP) dan model yang dibuat sudah layak

#### 4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada penelitian yang penulis lakukan yaitu guna mengamati seberapa dipengaruhinya kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang terhadap ketersediaan membayar lebih (WTP). Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda terlihat dari table dibawah ini

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.143	1.753		1.793	.076
	Tangible (X1)	-.015	.074	-.022	-.204	.838
	Realibility (X2)	-.118	.122	-.132	-.969	.335
	Renponsive (X3)	.296	.116	.312	2.551	.012
	Assurance (X4)	.314	.152	.271	2.062	.042
	Emphty (X5)	.131	.154	.117	.853	.396
	Kepuasan (X6)	.352	.151	.266	2.324	.022

a. Dependent Variable: Willingnes To Pay (Y)

Sumber: Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + X1 + X2 + X3 + X4 + X5 + X6 + e$$

$$Y = 3.143 + (-0,15) T + (-0,118) R + 0,296 R + 0,314 A + 0,131 + 0,352 K + e$$

Keterangan:

Y = Willingnes To Pay

X1 = Tangible

X2 = Reability

X3 = Renponsive

X4 = Asurance

X5 = Empahty

X6 = Kepuasan

Penjelasan:

1. Nilai konstanta sebanyak 3,143 yang berarti apabila variabel tangible (X1), reability (X2), renponsive (X3), assurance (X4), empahy (X5) dan kepuasan (X6) dianggap konstan (0), jadi willingness to pay sebesar 3,143
2. Nilai koefisien regresi variabel tangible memiliki nilai sebesar -0,015 yang berarti bahwa variabel tangible menunjukkan arah yang negatif, sehingga semakin tinggi nilai tersebut maka semakin kurang berpengaruh baik terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.
3. Nilai koefisien regresi variabel reability memiliki nilai sebesar -0,118 yang berarti bahwa variabel reability menunjukkan arah yang negatif, sehingga apabila nilai tersebut tinggi maka semakin kurang pengaruhnya terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.
4. Nilai koefisien regresi variabel renponsive memiliki nilai sebesar 0,296 yang berarti bahwa variabel renponsive menunjukkan arah yang positif, sehingga semakin tinggi nilai tersebut maka semakin baik pula pengaruhnya terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.



5. Nilai koefisien regresi variabel assurance memiliki nilai sebesar 0,314 yang berarti bahwa variabel assurance menunjukkan arah yang positif, sehingga apabila nilai tersebut tinggi maka semakin baik pengaruhnya terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.
6. Nilai koefisien regresi variabel empathy memiliki angka sebanyak 0,131 hal tersebut berarti variabel empathy menunjukkan arah yang positif, sehingga semakin tinggi nilai tersebut maka semakin berpengaruh baik terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.
7. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan memiliki nilai sebesar 0,352 yang berarti bahwa variabel kepuasan menunjukkan arah yang positif, sehingga apabila nilai tersebut tinggi maka semakin baik pengaruhnya terhadap willingness to pay pada KRL jurusan Solo-Jogja.

#### **4.2.6 Uji Hipotesis (Uji t)**

Hipotesis penelitian berfungsi sebagai cara untuk menemukan solusi sementara untuk masalah yang sedang dihadapi. Data yang telah dikumpulkan harus digunakan untuk membuktikan kredibilitas hipotesis. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel (x) dependen, uji t dapat digunakan untuk mengujikan hipotesis ini.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $> 0.05$ . Jadi, variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Hipotesis t**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.143	1.753		1.793	.076
Tangible (X1)	-.015	.074	-.022	-.204	.838
Realibility (X2)	-.118	.122	-.132	-.969	.335
Renponsive (X3)	.296	.116	.312	2.551	.012
Assurance (X4)	.314	.152	.271	2.062	.042
Emphty (X5)	.131	.154	.117	.853	.396
Kepuasan (X6)	.352	.151	.266	2.324	.022

a. Dependent Variable: Willingnes To Pay (Y)

Sumber: Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil pengujian tertera bisa difahami dari nilai t dan nilai signifikan masing-maisng variabel independent terhadap variabel dependen, dibawah ini:

1. Variabel tangible memiliki nilai t hitung = 0,204 > t tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi 0,838 > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang artinya hasil dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel tangible terhadap variabel willingness to pay.
2. Variabel reability memiliki nilai t hitung = 0,969 > t tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi 0,335 > 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya hasil

dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *reability* terhadap variabel *willingness to pay*.

3. Variabel *renponsive* memiliki nilai  $t$  hitung = 2,551 >  $t$  tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi  $0,012 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya hasil dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *renponsive* terhadap variabel *willingness to pay*.
4. Variabel *assurance* memiliki nilai  $t$  hitung = 2,062 >  $t$  tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi  $0,042 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya hasil dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* terhadap variabel *willingness to pay*.
5. Variabel *empahty* memiliki nilai  $t$  hitung = 0,863 >  $t$  tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi  $0,339 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya hasil dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *empahty* terhadap variabel *willingness to pay*.
6. Variabel *kepuasana* memiliki nilai  $t$  hitung = 2,324 >  $t$  tabel = 0,1946 pada tingkat signifikansi  $0,022 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya hasil dari uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *kepuasana* terhadap variabel *willingness to pay*.

#### **4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data**

Pada pembahasan hasil analisi data ini penulis menuliskan beberapa bagian yaitu pengaruh *tangible* terhadap WTP, pengaruh *reability* terhadap WTP, pengaruh *assurance* terhadap WTP, pengaruh *empathy* terhadap WTP.

#### **4.3.1 Pengaruh Tangible Terhadap Willingnes To Pay**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, variabel tangible perolahan angka  $t$  hitung =  $-0,204 < t$  tabel =  $0,1946$  dan tingkat signifikansi  $-0,838 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel tangible terhadap variabel willingness to pay. Variabel tangible ini menjadi pelayanan yang sedikit diminati berdasarkan hasil analisis uji regresi linear berganda yang terbukti pada pembahasan sebelumnya.

Adanya pengaruh yang positif berarti bisa mengartikan ketika semakin baik tingkat tangible dalam perusahaan maka akan meningkat pula willingness to pay guna mendapatkan keuntungan. Penelitian ini mendukung temuan dari Barcelona, et,al, (2019), memperoleh hasil yang dimana tangible menjadi variabel yang hanya berpengaruh secara simultan namun tidak positif dan signifikan terhadap willingness to pay. Dalam penelitian tersebut menegaskan bahwa terus berusaha agar meningkatkan willingness menjadi tujuan pendapatan perusahaan dengan mengelola bisnis yang bernilai memainkan peran penting karena pengguna jasa dalam proses pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan (Iqbal & Indradewa, 2019).

#### **4.3.2 Pengaruh Reability Terhadap Willingnes To Pay**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, variabel reability perolahan angka  $t$  hitung =  $-0,969 > t$  tabel =  $0,1946$  dan tingkat signifikansi  $-0,335 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima, berarti tidak adanya pengaruh secara signifikan antara variabel reability terhadap variabel willingness to pay.

Hasil temuan tersebut tentunya mendukung hasil penelitian yang telah dilaksanakan Yudho dan Agustin (2022) ia turut menegaskan bahwa reability tidak memberikan pengaruh positif maupun signifikan terhadap reability. Keadaan tersebut mengindikasikan arti semakin baiknya reability dengan kesesuaian yang diberikan perusahaan, maka akan bertambah menunjang juga pelanggan dalam memutuskan KRL jurusan Solo-Jogja.

#### **4.3.3 Pengaruh responsive Terhadap Willingnes To Pay**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, variabel responsive perolahan angka  $t$  hitung = 2,551 >  $t$  tabel = 0,1946 dan tingkat signifikansi 0,012 < 0,05 maka  $H_1$  diterima, berarti adanya pengaruh secara signifikan antara variabel responsive terhadap variabel willingness To Pay.

Hasil temuan tersebut tentunya mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Khotimah dan Jalari (2021) yang turut menegaskan bahwa renponsive memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay. Keadaan tersebut mengindikasikan arti semakin giatnya suatu perusahaan dalam menerapkan renponsive, maka akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

#### **4.3.4 Pengaruh Assurance Terhadap Willingnes To Pay**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, variabel assurance perolahan angka  $t$  hitung = 2,062 >  $t$  tabel = 0,2017 dan tingkat signifikansi 0,007 < 0,05 maka  $H_1$  diterima, berarti adanya pengaruh secara signifikan antara variabel assurance terhadap variabel willingness to pay. Berdasarkan hasil analisi uji regresi linear

berganda yang terbukti pada pembahasan sebelumnya, bahwa variabel assurance ini menjadi pelayanan yang paling banyak diminati diminati.

Hasil temuan tersebut tentunya mendukung hasil penelitian yang telah dilaksanakan Yudho dan Agustin (2022) ia turut menegaskan bahwa assurance memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay. Keadaan tersebut memberikan arti apabila semakin giat berfokus pada jaminan assurance, maka akan bertambah menunjang keuntungan pelanggan maupun perusahaan, artinya kedua belah pihak sama-sama memperoleh keuntungan.

#### **4.3.5 Pengaruh Empahty Terhadap Willingnes To Pay**

Dari pengujian hipotesis, variabel people mempunyai angka t hitung 0,853 > t tabel = 0.1946 pada tingkat signifikansi 0,396 > 0,05 maka H1 diterima dan H0 ditolak, berarti terdapat pengaruh signifikansi antara variabel empahty terhadap variabel willingnes.

Adanya pengaruh yang positif berarti bisa mengartikan ketika makin bagus tingkat simpati melalui sikap yang diberikan perusahaan akan meningkatkan pula ketertarikan para pengguna jasa sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa KRL Solo-Jogja.

Penelitian ini mendukung temuan dari Tanjung (2021), memperoleh hasil yang dimana empahty menjadi variabel yang berpengaruh secara positif ataupun signifikan terhadap willingness to pay. Dalam studi ini mengatakan bahwa empati sangat penting untuk kepercayaan yang dirasakan oleh pengguna jasa, yang tercermin dari orang-orang di dalam organisasi. Dengan adanya empati yang

diberikan perusahaan menjadi suatu hal yang dibutuhkan untuk menjalankan adanya proses keamanan dalam perjalanan.

#### **4.3.6 Pengaruh Keputusan Terhadap Willingnes To Pay**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, variabel process perolahan angka  $t$  hitung = 1,582 >  $t$  tabel = 0,2017 dan tingkat signifikansi  $0,013 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima, berarti adanya pengaruh secara signifikan antara variabel process terhadap variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan temuan tersebut tentunya mendukung hasil penelitian yang telah dilaksanakan Yudho dan Agustin (2022) yang turut menegaskan bahwa keputusan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay. Keputusan sebagai langkah-langkah yang dilakukan konsumen untuk melakukan menggunakan jasa KRL jurusan Solo-Jogja. Dari keputusan yang dilakukan oleh pelanggan menjadi suatu pelayanan yang memiliki peranan penting untuk menentukan bagaimana proses pelanggan yakin terhadap perusahaan tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini tujuannya guna diketahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pembuatan Spanduk Surya Printing Lampung. Dari analisa yang peneliti sudah melakukannya, jadi memperoleh hasil dibawah ini:

- 5.1.1 Variabel tangible tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Solo-Jogja.
- 5.1.2 Variabel reability tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Jogja-Solo.
- 5.1.3 Variabel renponsive berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Solo-Jogja.
- 5.1.4 Variabel assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Solo-Jogja.
- 5.1.5 Variabel empahy berpengaruh positif dan signifikan terhadap willingness to pay pada KRL Jurusan Solo-Jogja.
- 5.1.6 Variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap KRL Jurusan Solo-Jogja.

### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Selama berjalannya proses riset tentu mengalami batasan, seperti diantaranya yaitu:

- 5.2.1 Variabel yang peneliti gunakan sebatas antasedent yang meliputi tangible, reability, renponsive, assurance, empahy dan kepuasan karena peneliti



hanya ingin mengetahui bagaimana komponen tersebut dapat berpengaruh terhadap willingness to pay KRL Jurusan Solo-Jogja, sehingga masih banyak kemungkinan dari variabel lain untuk bisa dipergunakan dalam menginformasikan faktor seperti harga, loyalitas pelanggan dan lain sebagainya yang bisa mempengaruhi willingness to pay.

5.2.2 Perolehan data dalam penelitian ini hanya dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner kepada para pelanggan yang telah melakukan jasa KRL Jurusan Solo-Jogja yang terbatas yaitu hanya 100 responden, sehingga sebenarnya masih banyak peluang dari pandangan lain yang mungkin saja memberikan penilaian berbeda. Dengan demikian dari terbatasnya responden yang dipilih maka dapat dikatakan belum terdeteksi secara nyata.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

5.3.1 Bagi KRL Jurusan Solo-Jogja

5.3.1.1 Jasa KRL Jurusan Solo-Jogja sebaiknya lebih meningkatkan tangible karena hal tersebut dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan willingness to pay sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.3.1.2 Selain tangible, hendaknya KRL Jurusan Solo-Jogja juga memperhatikan reability yaitu sumber daya manusia dengan meningkatkan kemampuan pegawainya melalui komunikasi dengan pelanggan maupun kinerja yang diberikan agar meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan sehingga pelanggan memutuskan menggunakan jasa perusahaan tersebut.

### 5.3.2 Bagi penelitian selanjutnya

5.3.2.1 Penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila terdapat penambahan variabel

5.3.2.2 Sebaiknya menggunakan sampel yang lebih luas

5.3.2.3 Bagi penelitian selanjutnya hendaknya melakukan perbaikan indikator pada kuesioner supaya memudahkan responden dalam mengisi

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KERETA API COMMUTER LINE (STUDI KASUS COMMUTER LINE ARAH CIKARANG KE JAKARTA KOTA). *Sebatik*, 24(1), 87-95.
- Afiyat, A. A., Rosalina, B., Arifin, M. Z., & Wicaksono, A. (2015). *Kajian Kinerja Pelayanan Dan Tarif Kereta Api Eksekutif Jurusan Malang– Jakarta (Studi Kasus Kereta Api Eksekutif Bima) (Doctoral dissertation, Brawijaya University)*.
- Ahmadi, T. A. (2019). *Evaluasi Layanan Transportasi Publik Kereta Rel Listrik Commuter Line Di Jabodetabek*. 131
- Dewayani, W. (2011). *Analisis Antecedent Pengaruh Customer Loyalty pada Price Acceptance (Studi pada Penumpang Kereta Api Prameks Solo– Yogyakarta)*.
- Dharmanto, A., Setyowati, N. W., & Woelandari, D. S. (2021). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP FASILITAS PELAYANAN PUBLIK PADA PENGGUNA COMMUTER LINE PT. KERETA COMMUTER INDONESIA DI JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 17(1), 45-51
- Hamidah, N. K., & Dahlan, A. (2020). Kualitas Pelayanan dan Harga Sebagai Antecedent Kepuasan Konsumen Jasa Kereta Api (Studi Kasus pada Kereta Api Prameks Jurusan Yogyakarta–Solo). *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 7(1), 82–92.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Keuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, VIII(2), 128–140.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV . Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 5(1), 19–28.

- Iqbal, A. I. W. and M. A., & Indradewa, R. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers. *Int. J. Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Istanti, E., Kusumo, B., & Noviandari, I. (2020). Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Pembelian Berulang Pada Pejualan Produk Gamis Afifathin. *Ekonomika*, 8(1), 1–10.
- Puspita, R. M., & Singgih, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta*. 13(1), 69–80. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/issue/view/13>
- Realino, D., Gula, V. E., & Jelita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.136>
- Samir, N. (2020). *Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Si Mahakarya Photography*. 8(5), 12.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 26–37. [www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)
- Susilo, A. (2023). Regulatory Technology Untuk Digitalisasi Proses Kepatuhan (Studi Kasus Bank Swasta Di Indonesia). *Infotech Journal*, 9(1), 252–258. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i1.5460>
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 27(2), 35–47.

- Mahmudah, A. M., Handayani, D., & Winata, N. S. (2020). STUDI WILLINGNESS TO PAY (WTP) CALON PENGGUNA JASA KERETA API BANDARA INTERNASIONAL ADI SOEMARMO. *Matriks Teknik Sipil*, 8(2).
- Marginingsih, R., Susilowati, I. H., & Widiyanti, W. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access. *Jurnal Ecodemica*, 4(2).
- Mentari, Y. (2022). TINGKAT PELAYANAN KRL YOGYAKARTA–SOLO TERHADAP PILIHAN MODA KOMUTER DI MASA KENORMALAN BARU (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Noeryanto, H. (2010). Persepsi Dan Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum (Studi Kasus: Kereta Api Prambanan Ekspres Solo- Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Philip, F. J., Fassa, F., & Nurhidayah, F. (2018). Kesiediaan Membayar Pengguna terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Commuter Line. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 5(2), 179-190.
- Pranata, A. O. (2014). Pengukuran kepuasan pelanggan layanan jasa kereta api lokal lintas Solo-Yogyakarta. *Prosiding Semnastek*, 1(1).
- Puspita, R. M., & Singgih, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta*. 13(1), 69–80.  
<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/issue/view/13>
- Realino, D., Gula, V. E., & Jelita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81.  
<https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.136>

- Samir, N. (2020). *Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Si Mahakarya Photography*. 8(5), 12.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 26–37. [www.jurnalmandiri.com%0A](http://www.jurnalmandiri.com%0A)
- Saidah, D. (2017). Kualitas Pelayanan Commuter Line Service Quality of Commuter Line. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 4(1), 51- 58.
- Sari, H. P., & Setiartiti, L. (2015). Willingness to Pay Perbaikan Kualitas Pelayanan Kereta Api. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 16(2), 200-209.
- Setianto, D. Y., Hidayatullah, N., & Sudrajat, A. (2020). Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Commuter Indonesia (KCI). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(2), 234-242.
- Setiawan M, E. R. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia Pada Stasiun Lempuyangan, Yogyakarta).
- Wulansari, D. N. (2017). Analisis Ability to Pay (ATP) dan Willingness to Pay (WTP) Pengguna Jakarta Light Rail Transit (Jakarta LRT). *Teknologi Sipil*, 1(1)
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 27(2), 35–47.

### Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No.	Bulan Kegiatan	Des				Jan				feb				Mar			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Konsultasi dan Revisi																
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal																
4	Ujian Seminar Proposal																
5	Pengumpulan Data																
6	Analisis Data																
7	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																
8	Pendaftaran Ujian Munaqosah																
9	Ujian Munaqosah																
11	Revisi Skripsi																

## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Ismi Elok Ramadhani mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “*Analisis Antecedent Willingness To Pay Atas Pelayanan Krl Jurusan Solo – Jogja*”. Setiap informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesedian Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan teliti. Atas perhatian an partisipasinya saya ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Ismi Elok Ramadhani

195211100



## IDENTITAS RESPONDEN

Identitas Responden, Isilah dengan tanda ceklis (√) Nama :

- Jenis Kelamin :
- laki-laki  Perempuan
- Pendapatan :
- < Rp. 1.000.0000 (kurang dari Rp. 1.000.000) Rp. 1.000.000—Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000 (lebih dari Rp. 5.000.000)
- Pendidikan Terakhir :SMA/SMK/MA
- Diploma
- S1
- S2, S3

Petunjuk pengisian kuesioner

- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Anda dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang sesuai
- Isilah semua kuesioner ini dan mohon jangan ada yang terlewatkan.

Keterangan Kuesioner

SS : Sangat Setuju S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

## Daftar Pertanyaan

Isilah pernyataan berikut dengan memberikan tanda (√) pada kolom STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju). PERNYATAAN:

<b>KUESIONER TANGIBLES</b>	
<b>Tangibles mengukur kualitas pelayanan dari sisi peralatan, penempilan fasilitas fisik dan penampilan personel</b>	

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1.	Disetiap gerbong KRI Solo-Jogja selalu dijaga kebersihannya					
2.	Petugas KRL Solo-Jogja menggunakan pakaian yang rapi dan sesuai					
3.	Tersedianya ruang tunggu yang Nyaman					

4.	Kabin bagasi KRL Solo-Jogja tidak cukup luas untuk menyimpan barang					
5.	Tersedianya mesin Vending Machine untuk memudahkan pengisian saldo kartu Multi Trip ( KMT )					
6.	Disetiap gerbong KRL terdapat papan aturan dan larangan pengguna jasa KRL					
7.	Kursi dalam KRL didesain sangat empuk dan hand strap sehingga membuat penumpang merasa nyaman.					

**KUESIONER  
RELIABILITY**

Reliability mengukur kualitas pelayanan dari sisi kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai yang telah diberikan

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Petugas KRL Solo-Jogja selalu mengecek setiap gerbong kereta beberapa menit sekali					
2.	Petugas KRL Solo-Jogja selalu memberi arahan bagi setiap penumpang					

3.	Petugas KRL Solo-Jogja akan menegur apabila penumpang menyalahi/menyalahi aturan					
4.	Pemberian informasi yang jelas oleh petugas					
5.	KRL Solo-Jogja merupakan alat transportasi yang mengutamakan keselamatan, ketepatan waktu, dan kenyamanan.					

**KUESIONER  
RESPONSIVENESS**

Responsiveness mengukur kualitas pelayanan dari kesediaan perusahaan untuk memberikan bantuan kepada pelanggan secara tepat.

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1	Petugas memberikan informasi dengan jelas.					
2	Petugas KRL Solo – Jogja tanggap dalam memberikan kursi prioritas terhadap pelanggan (Ibu Hamil,					

	Lansia,dsb).					
3	Kesiapan petugas dalam merespon keluhan dan masalah penumpang.					
4	Ketepatan para petugas KRL mengenai permintaan penumpang.					

**KUESIONER  
ASSURANCE**

Assurance mengukur kualitas pelayanan dari sisi kinerja karyawan yang mana meliputi pengetahuan dan kesopanan para karyawan, serta kemampuan karyawan dalam menjamin pelanggan.

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa aman ketika menggunakan KRL Solo – Jogja.					
2	KRL Solo – Jogja adalah alat transportasi yang memberikan kenyamanan kepada pelanggan.					

3	Keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan.					
4	Kemampuan petugas dalam menjaga keamanan saat berada distasiun atau gerbong kereta.					
5	Kesigapan petugas KRL Solo – Jogja dalam memberikan pelayanan.					

### KUESIONER EMPHATY

Emphaty mengukur kualitas pelayanan dari sisi pemberian kepedulian dan perhatian kepada setiap pelanggan secara individual.

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1	Petuga KRL Solo – Jogja mengucapkan salam pembuka (Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam) pada awal pelayanan dan ucapan terimakasih pada akhir pelayanan.					
2	Petugas memberikan pelayanan/perhatian individual kepada pelanggan.					

3	Kemampuan petugas KRL Solo- Jogja untuk berkomunikasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti					
4	Ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan					

<b>KEPUASAAN PELANGGAN</b>						
Assurance mengukur kualitas pelayanan dari sisi kinerja karyawan yang mana meliputi pengetahuan dan kesopanan para karyawan, serta kemampuan karyawan dalam menjamin pelanggan.						
No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa aman ketika menggunakan KRL Solo – Jogja.					
2	KRL Solo – Jogja adalah alat transportasi yang memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.					
3	Keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan.					

4	Kemampuan petugas dalam menjaga keamanan saat beradadistasiun atas gerbong kereta.					
5	Kesigapan petugas KRL Solo – Jogja dalam memberikan pelayanan.					

<b>WILLINGNESS TO PAY</b>						
Willingness To Pay mengukur kesediaan membayar atas produk atau jasa yang diperolehnya, meliputi harga suatu produk atau jasa, kenyamana dan keamanan.						
No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS				
		1	2	3	4	5
1	Saya bersedia membayar lebih atas pelayanan yang diberikan KRL Solo – Jogja.					
2	Saya bersedia membayar lebih atas kenyamanan, ketepatan waktu, serta keamanan yang diberikan oleh KRL Solo – Jogja.					
3	Harga tiket KRL Solo – Yogyakarta tergolong murah dibandingkan transportasi kompetitor sejenis					



Lampiran 3 Tabel Nilai-Nilai *r Product Moment*

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 4 Tabel Titik Persentase Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## Lampiran 5 Tabel Titik Persentase Distribusi t

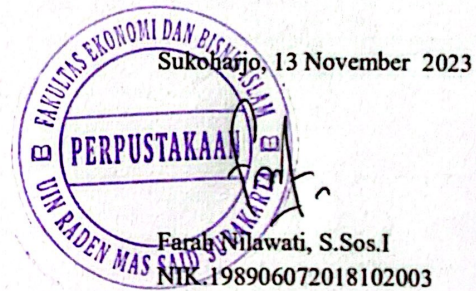
Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



## SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ismi Elok Ramadhani  
NIM : 195211100  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Antecedent Wilingness To Pay Atas Pelayanan KRL Solo - Jogja  
Paper ID : 2226065015  
Date : Senin, 13 November 2023  
Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 25%



### LAMPIRAN

Muna Ismi MBS			
PENGANTARAN			
25%	25%	11%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT WORKS
	eprints.iain-surakarta.ac.id		12%
	repository.ub.ac.id		1%
	core.ac.uk		1%
	Submitted to Udayana University		1%
	lib.unnes.ac.id		1%
	etd.unhy.ac.id		1%
	repository.unwira.ac.id		1%
	Submitted to Universitas Putera Batam		1%
	Wilson Szaty, Insan "PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. HALAL		<1%