

ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI PADA KRL *COMMUTER LINE* JABODETABEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWI REGULER KHUSUS FEB UNIVERSITAS PANCASILA)

Lidya Oktavia¹, Harimurti Wulandjani², Dian Riskarini³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pancasila

E-mail: lidya.oktavia20@gmail.com

Diterima 14 Desember 2021, Disetujui 10 Januari 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji: (1) faktor-faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan kereta api *Commuter Line* (2) teknologi informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan kereta api *Commuter Line*. (3) faktor-faktor kualitas pelayanan dan teknologi informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kereta api *Commuter Line*. Teknik penelitian ini menggunakan teknik penelitian angket (kuesioner). Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa reguler khusus FEB Universitas Pancasila. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. sedangkan untuk analisis data menggunakan metode regresi linier berganda Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KRL *Commuter Line* (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan KRL *Commuter Line* (3) variabel kualitas pelayanan dan teknologi informasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL *Commuter Line* (4) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan teknologi informasi sebesar 62.8 %, sedangkan 37.2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Teknologi Informasi, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to analyze and test: (1) service quality factors have a partial effect on the customer satisfaction of Commuter Line trains (2) information technology has a partial effect on the customer satisfaction of Commuter Line trains. (3) service quality and information technology factors simultan influence the customer satisfaction of Commuter Line trains. This research technique uses a questionnaire research technique (questionnaire). The population in this study special regular students of Economic and Business Faculties. The sampling technique uses slovin method with a sample size of 75 people. The technique of collecting data uses a questionnaire that has been supported by its validity and reliability. Data analysis technique used for data analysis using multiple linear regression method. The results of this study indicate that: (1) positive and significant quality of service to customer satisfaction Commuter Line trains (2) positive and significant information technology to customer satisfaction Commuter Line trains (3) service quality and information technology variables simultan have a positive and significant effect on Commuter Line trains customer satisfaction (4) Customer satisfaction is influenced by the service of quality and information technology by 62.8%, while 37.2% is influenced by other variables outside the model under study.

Keywords: Service Quality, information Technology, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis pada sektor jasa semakin meningkat saat ini. Perkembangan ini dapat diamati pada aktivitas sehari-hari, dimana sebagian besar aktivitas tersebut tidak bisa lepas dari penggunaan atau peranan dari berbagai sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang berbagai aktivitas sehari-hari adalah sektor jasa transportasi. Salah satu jenis transportasi yang dapat dijadikan alternatif untuk mengatasi permasalahan kebutuhan transportasi masyarakat adalah kereta api. Kereta api merupakan salah satu jenis transportasi dengan multi keunggulan komparatif, hemat lahan dan energi, rendah polusi, bersifat massal, serta mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi yang memasuki era kompetisi, potensinya diharapkan dapat dimobilisasi dalam skala nasional, sehingga mampu menciptakan keunggulan yang kompetitif terhadap produksi dan jasa domestik dipasar global. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh kereta api di atas, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan guna menjadi solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks.

PT KAI *Commuter* Jabodetabek menerapkan kebijakan penambahan gerbong khusus wanita yang mulai beroperasi pada tanggal 1 oktober 2012 guna meningkatkan kualitas dan pelayanan bagi para pengguna KRL. Pelaksanaan kebijakan tersebut dengan pengadaan dua gerbong pada setiap rangkaian kereta api, tujuannya untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik pada penumpang wanita dan untuk memperkecil kejahatan pelecehan seksual dan lainnya terhadap penumpang wanita. Dengan adanya pemisahan gerbong antara gerbong umum dengan gerbong khusus wanita, diharapkan kaum perempuan pekerja dan yang berpergian dengan anak kecil akan merasakan keamanan dan kenyamanan saat menggunakan KRL. Hingga saat ini di dalam gerbong khusus wanita menunjukkan bahwa pelayanan transportasi KRL gerbong khusus wanita belum dilaksanakan secara maksimal. Diberlakukannya gerbong khusus tersebut ternyata tidak sepenuhnya menghilangkan masalah keamanan dan kenyamanan di dalam gerbong. Hal ini dikarenakan jumlah kapasitas pelayanan gerbong khusus wanita yang disediakan PT KAI *Commuter* Jabodetabek tidak sesuai dengan jumlah penumpang.

Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan sistem pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan sangatlah penting maka perlu dilakukan studi tentang analisis faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, agar dapat mengetahui dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi KRL *Commuter Line* Jabodetabek, khususnya kualitas pelayanan pada gerbong khusus wanita.

Untuk dapat menjadikan KRL *Commuter Line* sebagai transportasi utama Jabodetabek maka faktor pelayanan harus mendapatkan perhatian. Mempertahankan loyalitas pengguna dan meningkatkan kualitas pelayanan harus terus menerus dilakukan agar bisa memberikan kepuasan yang maksimum

kepada pelanggan. Selain itu dalam menghadapi kenaikan penumpang, salah satu upaya yang paling ditekankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan yaitu penerapan teknologi *e-ticket* sebagai pengganti dari sistem pembayaran tiket manual. *E-ticket* adalah salah satu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktivitas perjalanan pengguna tanpa mengeluarkan dokumen secara fisik ataupun *paper ticket*. Semua informasi mengenai *e-ticket* disimpan secara digital dalam sistem komputer.

PT KAI sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan pelayanan jasa transportasi dituntut untuk terus berbenah dalam upaya meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat supaya menghasilkan kepuasan yang maksimal terhadap pengguna jasa atau pelanggannya. Dalam industri jasa, kualitas layanan memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman layanan secara keseluruhan. Seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka.

KAJIAN TEORI

Pemasaran merupakan faktor penting dalam strategi perusahaan dalam menjalankan usahanya terutama yang berhubungan dengan konsumen. Kata pemasaran berasal dari kata pasar, atau bisa juga diartikan sebagai mekanisme yang mempertemukan antara permintaan dan penawaran.

Menurut Buchari Alma (2013:289) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencana, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan guna mencapai tingkat pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller (2013:27), bahwa manajemen pemasaran adalah suatu gabungan antara seni dengan ilmu mengenai pemilihan target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.

Jasa atau layanan sebagai aktivitas ekonomi yang menawarkan manfaat melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan tranfer kepemilikan. Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakan dari produk manufaktur. Khusus untuk produk jasa, memiliki karakteristik yang membedakan dengan produk fisik. Berikut gambar mengenai empat sifat layanan atau jasa. Menurut Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Sedangkan Ratnasari dan Aksa (2011:107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau diperoleh.

Konsep kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Di dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Menurut Kotler dan Keller dalam Bob Sabran (2012:177) kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau

kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2012:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Selain itu, Daryanto dan Setyobudi (2014:43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Usaha mewujudkan kepuasan konsumen tidaklah mudah, dilakukan dengan berbagai strategi. Performa suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap minat konsumen sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya, strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu penyedia.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 140) mempertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan. Oleh karena itu, terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut: Membeli lagi, mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya, kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, membeli produk lain dari perusahaan yang sama, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan. Teknologi dapat diharapkan dapat menjadi fasilitator dan interpreter. Semula teknologi informasi digunakan hanya sebatas pada pemrosesan data. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi digunakan hanya terbatas pada pemrosesan data. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi tersebut, hampir semua aktivitas organisasi saat ini telah dimasuki oleh aplikasi dan otomatisasi teknologi informasi. Pengertian tentang teknologi informasi dapat beraneka ragam walaupun masing-masing definisi memiliki inti yang sama.

Menurut Sutarnan (2012: 14) komponen teknologi informasi adalah sebagai berikut : *Hardware* (Perangkat keras), *Software* (Perangkat lunak), *Database* (Basis Data), *Network* (Fasilitas Jaringan dan Komunikasi) dan *people*. Menurut Nur Maflikhah (2010) memberikan beberapa dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi. Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor dibagi menjadi dua kategori lagi, yaitu kemanfaatan dan efektivitas, dengan dimensi masing-masing. Kemanfaatan dari pengguna teknologi informasi itu sendiri dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi dengan satu kepercayaan bahwa pengguna teknologi informasi tersebut dapat memberikan kontribusi positif bagi penggunaannya.

METODE

Berdasarkan rumusan tujuan sebelumnya, Metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini menggunakan metode kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme, memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional serta sistematis, data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.

Sugiyono (2013:13), menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:115). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi reguler khusus FEB Universitas Pancasila yang menggunakan jasa layanan transportasi KRL *Commuter Line* berjumlah 302 orang diperoleh dari data sekretariat perkuliahan reguler khusus FEB Universitas Pancasila angkatan tahun 2016-2019.

Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*) kuesioner (angket), pengamatan (observasi), dan gabungan ketiganya (Sugiyono 2013:193). Teknik pengumpulan data oleh penulis dengan menggunakan metode penelitian, antara lain: Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup yang digunakan untuk memperoleh pendapat responden tentang kualitas pelayanan dan teknologi informasi KRL *Commuter Line* kepada mahasiswi reguler khusus Universitas Pancasila yang menggunakan jasa transportasi KRL *Commuter Line* khususnya pada gerbong khusus wanita. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan dan data data dari website KRL *Commuter Line*. Observasi dilakukan pada Mahasiswi Reguler Khusus FEB Universitas Pancasila yang menggunakan Jasa Transportasi KRL Commuterline, untuk mengumpulkan data mengenai kondisi *empiric* khususnya pada gerbong khusus wanita KRL *Commuterline* dan Mahasiswi Reguler Khusus Universitas Pancasila yang menggunakan jasa transportasi KRL *Commuterline*. Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan, serta sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka serta cara pembahasannya dan dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS For Windows versi 19.0*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, obyek yang menjadi fokus penelitian adalah melihat pengaruh kualitas pelayanan dan teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi pada KRL *commuter line* jabodetabek pada mahasiswi reguler khusus FEB Universitas Pancasila. Berdasarkan pada uji normalitas didapatkan hasil bahwa semua data berdistribusi secara normal dikarenakan sebaran data berada disekitar garis diagonal. Berdasarkan pada uji multikolinieritas satu dan uji multikolinieritas

dua menunjukkan hasil bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Berdasarkan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik tidak memiliki pola tertentu dan tersebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0. Dengan demikian maka pada model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini maka bisa didapatkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -6,389 X_1 + 0,354 X_2$ dan dengan nilai R^2 sebesar 0,628. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien X_1 sebesar 0,234 yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan di naikan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan tetap bertambah sebesar 0,234 satuan sedangkan variabel kualitas produk (X_2) sedangkan variabel teknologi informasi (X_2) juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan Nilai koefisien X_2 sebesar 0,354 yang menunjukkan bahwa jika teknologi informasi bertambah satu satuan maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,354 satuan. Dengan nilai R^2 sebesar 0,628 menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 62,8% sedangkan 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (Uji t) dapat diketahui bahwa masing- masing variabel independen memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didapati hasil bahwa nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 4.942 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1.933, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan oleh mahasiswa reguler khusus fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Pancasila. Pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan didapati hasil didapati bahwa nilai t_{hitung} variabel Teknologi informasi (X_2) sebesar 3.808 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1.933, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel Teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan oleh mahasiswa reguler khusus fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Pancasila.

Dari hasil uji signifikan simultan (Uji F) pada penelitian ini diketahui bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan teknologi informasi memiliki F_{hitung} adalah $63.580 > F_{tabel} = 3.98$ sedangkan nilai signifikannya sebesar $0.000 < 0.05$. maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas pelayanan dan Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan oleh mahasiswa reguler khusus fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Pancasila.

Berdasarkan hasil uji ANOVA didapat nilai F_{hitung} sebesar 63.580 sedangkan F_{tabel} sebesar 3.98 dengan tingkat signifikan 0.000 oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi yang lebih kecil dibandingkan 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

variabel Kualitas Pelayanan dan Teknologi Informasi, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Sedangkan Adjusted R square adalah sebesar 0.628 atau 62.8%. Hal ini berarti 62.8% variasi dari Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan dari kedua variabel independent Kualitas Pelayanan dan Teknologi informasi. Adapun sisanya 37.2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil data primer yang diperoleh, maka responden sangat menganggap penting atas kualitas pelayanan dan teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan yang diterapkan pada KRL Commuter Line, Seperti: Terdapat fasilitas visual sebagai media informasi dan promosi, Adanya petugas di setiap gerbong KRL *Commuter Line*, petugas memberikan informasi tentang waktu dan lokasi pemberhentian, petugas melakukan pelayanan dengan sikap yang ramah, petugas selalu menjaga pintu masuk gerbong khusus wanita agar tidak dinaiki penumpang laki-laki, Teknologi informasi mampu memberikan berbagai informasi yang berkenaan dengan pelanggan maupun pelayanan-pelayanan yang lain dengan cepat dan akurat, Teknologi informasi di KRL Commuter line dapat menambah pemahaman dalam menggunakan teknologi tersebut, dari data di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan teknologi sangatlah penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pengguna KRL *Commuter line*, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin baik teknologi informasi yang diberikan semakin baik juga atau semakin tinggi kepercayaan penumpang untuk menggunakan jasa transportasi KRL *Commuter line*.

Hal ini menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan dan Teknologi Informasi secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan KRL *Commuter Line*, artinya semakin meningkat kualitas pelayanan dan teknologi informasi yang diberikan oleh KRL *Commuter line* maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan, membuat pelanggan merasa senang dan nyaman yang akan dilakukan oleh para pelanggan pengguna KRL *Commuter line* terutama untuk mahasiswi reguler khusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 4.942 lebih besar dari dari t_{tabel} , yaitu sebesar 1.933, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Teknologi Informasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} variabel teknologi informasi (X_2) sebesar 3.808 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.933 dan nilai signifikannya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara bersama-sama kualitas pelayanan dan teknologi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL *Commuter Line* dengan hasil uji ANOVA di dapat nilai F_{hitung} sebesar 63.580 sedangkan F_{tabel} sebesar 3.98 dengan tingkat signifikan 0.000 oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi

yang lebih kecil dibandingkan 0.05. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan Adjust R Square adalah sebesar 0.628 atau 62.8 %. Hal ini berarti 62.8 % variasi dari kepuasan pelanggan dapat dijelaskan dari kedua variabel independent kualitas pelayanan dan teknologi informasi. adapun sisanya 37.2 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto, Setyobudi I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartimbul N.F. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Bandung : CV Yrama Widya.
- Kotler, P, Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh Bob Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- . 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Ratnasari, R.T., Aksa, M.H. 2011. *Teori dan kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 1, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarman. 2012. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. dan Gregorius, C. 2011. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi 3, Yogyakarta: Andi.
- . 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- . 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset
- Fitriyani, R. 2014. *Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Keahlian Pemakai dan Intensitas Pemakaian Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi*. Skripsi. Program Studi Akuntansi. Universitas Bengkulu.
- Maflikhah, N. 2010. *Peran Teknologi Informasi Pada Niat Untuk Mendorong Knowledge Sharing Karyawan Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta*. Skripsi. Program Studi Manajemen Universitas Sebelas Maret.
- Telan, A.C.H. 2011. *Analisis Pengaruh Faktor Teknologi, Kualitas layanan, dan Fokus Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi. Program Sarjana Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Hariyanto D., dan Untarini, N. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Hotel JW. Marriott*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2.
- MS Syarif. 2015. *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan KRL Komuter terhadap Adopsi Inovasi sistem Tiket Tunggal Elektronik Smart Card Untuk Mendukung Integrasi Modal Transportasi Massal di Jakarta*. Jurnal Telekomunikasi dan Komputer Volume 6 No.1.
- Nurmalasari dan Dinhar, A. 2018. *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Commuter Line Parung Panjang*. Cakrawala Jurnal Humaniora Volume 18. STMIK Nusa Mandiri Jakarta.
- <https://www.krl.co.id>
- <https://www.bps.go.id>