

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat makin serba *instan* karena mayoritas ingin segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap aplikasi *online*. Internet merupakan kebutuhan banyak orang khususnya dalam era digital saat ini. *KAI Access* sebagai aplikasi populer dalam *e-commerce*, merupakan situs *online* penjualan tiket kereta. Oleh karena itu, kepuasan pengguna aplikasi *online* menjadi penting untuk diperhatikan. Kotler, (2002) menyatakan bahwa kepuasan pengguna dapat didefinisikan sebagai suatu tingkat perasaan seorang pengguna sebagai hasil perbandingan antara harapan pengguna tersebut akan sebuah produk dengan hasil nyata yang diperoleh si pengguna dari produk tersebut. Uchik Triswandari, (2011) menyatakan bahwa kepuasan pengguna hanya dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterima mereka. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia

WWW atau yang lebih dikenal dengan *Website* merupakan sebuah sistem dengan protokol yang diterima secara *universal* untuk menyimpan, mengambil, memformat dan menampilkan informasi melalui arsitektur *computer client* ataupun *server*. Raharjo, (2011) menyatakan bahwa *website* adalah suatu bentuk layanan dalam sebuah jaringan internet yang berisikan informasi yang dapat diakses siapapun, kapanpun, dan dimanapun. *Website* yang baik adalah *website* yang memiliki informasi yang dapat memenuhi kebutuhan *user* atau pengguna. C. Hsu, Chang, & Chen, (2012) mengungkapkan bahwa kualitas *website* merupakan sebuah instrumen untuk mengukur dan menilai kegunaan, fungsi dan kualitas interaksi jasa dari *website* internet. Kualitas *website* (*WebQual*) merupakan salah satu metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir.

WebQual merupakan pengembangan dari *ServQual* yang telah banyak digunakan untuk pengukuran kualitas jasa. Barnes & Vidgen, (2002) mengungkapkan bahwa *WebQual* dibentuk berdasarkan 3 kriteria yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. *Usability* merupakan tingkat kualitas dari sistem yang mudah dipelajari atau dikenali, mudah digunakan dan mendorong pengguna untuk

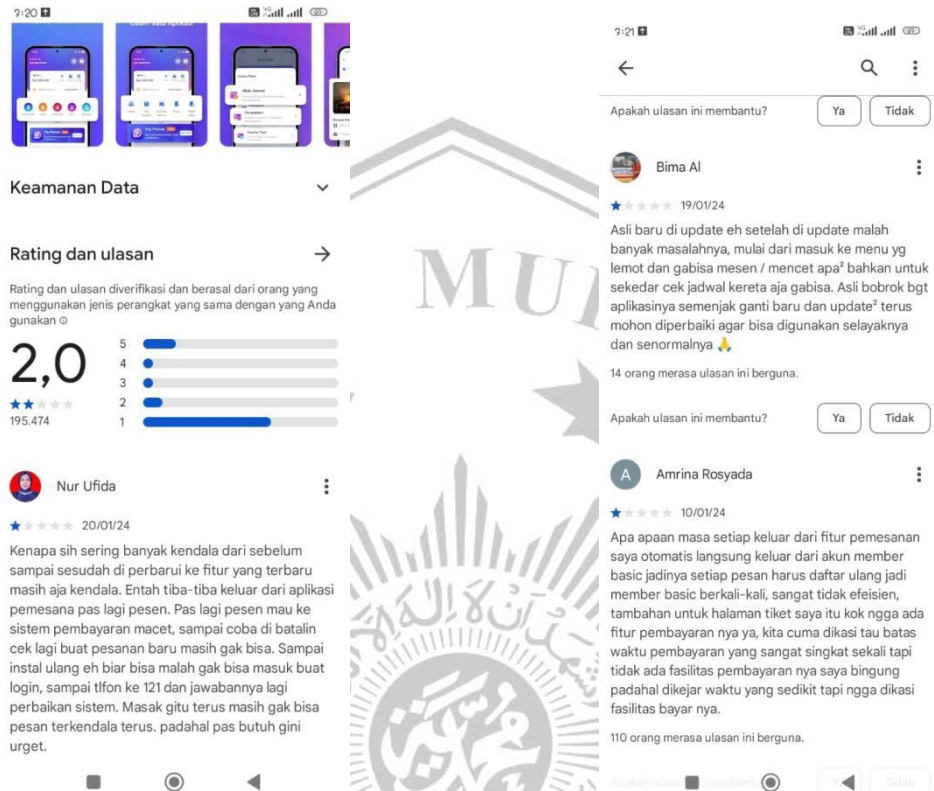
menggunakan sistem sebagai alat bantu positif dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. *Information Quality* berhubungan terhadap kualitas dari konten *website* yaitu kepastian informasi bagi tujuan pengguna, misalnya mengenai akurasi, format, dan relevansi dari informasi yang disajikan. C. Hsu, Chang, & Chen, (2012) mengungkapkan bahwa *webqual* dapat mendukung kualitas informasi untuk menciptakan kepuasan pengguna. Dalam penelitian ini dimensi kualitas informasi memberikan pengaruh yang baik kepada pengguna. *Service interaction* merupakan bentuk interaksi layanan yang dirasakan pengguna ketika terlibat secara mendalam dengan *website*. Ketika seorang pengguna atau *user* terlibat langsung dengan *website* yang sedang diakses jelas memberikan keterikatan yang mendalam antara *website* dan pengguna.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang transportasi untuk umum dalam negeri yang meliputi angkutan penumpang, angkutan barang, dan angkutan non barang. Sebagai perusahaan transportasi darat terbesar di Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki prasarana dan sarana terbesar dibanding perusahaan transportasi lainnya di Indonesia. Pemilihan sistem transportasi yang salah untuk wilayah perkotaan akan dapat mengakibatkan terjadinya permasalahan-permasalahan bagi masyarakat para pengguna jasa angkutan massal maupun lingkungan. Angkutan Massal merupakan salah satu jenis sarana transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat karena biaya yang relatif murah dan terjangkau oleh sebagian besar kalangan masyarakat.

Di era *modern* yang semakin canggih ini, masyarakat dituntut untuk menggunakan alat alternatif guna mempermudah aktivitas sehari-hari, termasuk dalam hal transportasi, khususnya *KAI ACCESS*. Aplikasi *KAI Access* adalah aplikasi seluler resmi PT. KAI yang memudahkan calon penumpang untuk mendapatkan informasi dan memesan tiket kereta secara *online* kapanpun. *KAI Access* diluncurkan pada tahun 2014 oleh PT. Kereta Api Indonesia sebagai jenis layanan *e-commerce* yang berfungsi untuk memudahkan para calon penumpang dalam melakukan pemesanan tiket secara *online*.

Di dapat bentuk kendala atau ketidakpuasan pelanggan atau pengguna. Permasalahan yang ada yaitu sering mengalami *server down* dan sering mengalami ketidaksesuaian jam pemberangkatan, keterbatasan akses informasi, Konsumen sulit mendapatkan informasi tentang jadwal keberangkatan tiket *KAI Access*, kendala

teknis yang biasa dialami oleh pengguna aplikasi *KAI Access* yaitu *time out* atau keluar nya akun data diri pengguna pada saat ingin melakukan pembelian tiket hal ini dapat mengganggu tingkat kenyamanan penumpang, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen Kereta Api Kelas Ekonomi.



Gambar 1.1 Contoh Permasalahan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pengguna *KAI ACCESS*?
2. Apakah *usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna?
3. Apakah *information quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna?
4. Apakah *service Interaction* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna?

1.3 Tujuan

1. Untuk menganalisis kepuasan pengguna *KAI ACCESS*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *usability* terhadap kepuasan pengguna *KAI ACCESS*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *information quality* terhadap kepuasan pengguna *KAI ACCESS*.

4. Untuk menganalisis pengaruh *service interaction* terhadap kepuasan pengguna *KAI ACCESS*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melanjutkan penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan untuk menambah dan mengembangkan Ilmu pengetahuan dalam bidang digital khususnya dalam ilmu manajemen

2. Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan KAI dalam menyajikan informasi dalam penelitian serupa. Serta memberikan informasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna serta dapat dijadikan pertimbangan di masa yang akan datang.

