BAB I

PENDAHULUAN

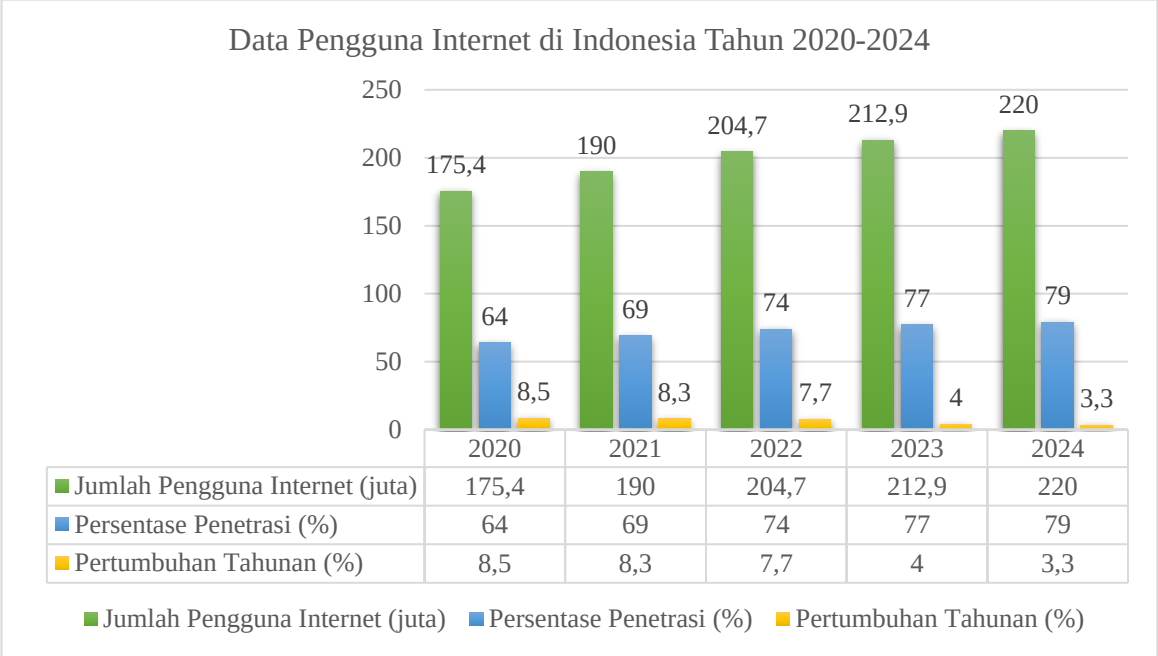
A. Latar Belakang

Memasuki era modern saat ini, pesatnya perkembangan beragam aktivitas manusia termasuk bidang teknologi, yang menjadi salah satu ciri utamanya. Pesatnya perkembangan teknologi informasi berpotensi mengubah perilaku dan rutinitas bagi setiap individu. Hal ini tercermin pada kemudahan akses secara menyeluruh serta kemampuan teknologi untuk menyelesaikan tugas secara cepat, tepat, dan mudah. Salah satu faktor yang mendorong pergeseran perilaku menuju modernitas adalah dengan hadirnya televisi, telepon pintar (*smartphone*), internet, dan berbagai teknologi lainnya (Tamimi & Munawaroh, 2024).

Hingga saat ini, bidang dang teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat signifikan, sehingga jumlah penggunanya terus meningkat seiring berjalannya waktu. Salah satu unsur penting dalam teknologi informasi yang memiliki peran besar dalam membantu manusia adalah internet. Perkembangan teknologi informasi dan internet dewasa ini telah memberikan kemudahan bagi manusia dalam melaksanakan berbagai kegiatan sehari-hari (Segara & Nasution, 2025).

Dengan hadirnya teknologi informasi digital khususnya internet, telah memberikan kesempatan bagi individu untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi daring yang dinilai lebih efisien dan praktis. Kemajuan berkelanjutan dalam teknologi internet juga melahirkan berbagai solusi inovatif yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Melalui platform daring, individu dapat memperoleh informasi tanpa harus melakukan interaksi secara langsung, sehingga membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan internet sebagai sarana promosi dengan jangkauan yang luas. Selain itu, perkembangan ini juga ikut memberikan kesempatan bagi konsumen

untuk menyampaikan pandangan serta memberikan ulasan terhadap produk (Hakim & Yulia, 2024).



Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2024

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan data diagram di atas, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mengalami peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan tahun 2023. Pada tahun 2024, tercatat sebanyak 221.563.479 pengguna internet dari total populasi sebesar 278.696.200 jiwa. Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5% (Seruni et al., 2024).

Sebagaimana dikemukakan oleh Westland dan Clark dalam tulisan Venkatesh et al., penggunaan sistem dalam organisasi mengalami peningkatan yang signifikan. Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat pada masa kini memungkinkan teknologi informasi digital berperan dalam membantu pengguna mengakses informasi secara cepat, akurat, dan transparan. Namun

demikian, pengembangan suatu sistem informasi bukanlah hal yang sederhana, melainkan memerlukan perencanaan yang matang agar sistem yang dihasilkan dapat terintegrasi dengan baik serta berfungsi sesuai dengan kebutuhan penggunanya (Andini & Utamajaya, 2023).

Situasi tersebut mendorong banyak perusahaan, termasuk perusahaan sektor jasa transportasi, untuk terus meningkatkan performanya dalam aspek pemasaran maupun pelayanan yang memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu inovasi dalam memenuhi kebutuhan para penggunanya yakni menggunakan aplikasi berbasis *mobile*. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan smartphone saat ini telah menjadi hal yang lazim di kalangan masyarakat sebagai sarana untuk melakukan transaksi secara online, seperti jual beli produk, pemesanan makanan, hingga pembelian tiket kereta api (Priyansah et al., 2023)

Selain itu, perkembangan pesat dalam bidang teknologi informasi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dunia bisnis (Fauzi et al., 2022). Banyak perusahaan yang kini semakin mengoptimalkan kemajuan teknologi dalam mendukung kegiatan transaksi mereka. Pemanfaatan teknologi yang semakin meningkat dalam operasional bisnis ini juga diterapkan oleh PT KAI (Persero).

Sejak tahun 2014, PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah mengimplementasikan aplikasi KAI *Access*, yakni aplikasi resmi untuk pemesanan tiket kereta api yang dikembangkan dan diterbitkan oleh perusahaan tersebut. Aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan penumpang kereta api jarak jauh, menengah, maupun lokal/komuter. Diluncurkan pada tanggal 4 September 2014, yang pada awalnya KAI *Access* hanya menyediakan layanan pemesanan tiket untuk kereta jarak jauh dan menengah. Namun, seiring dengan perkembangan waktu, fitur-fitur aplikasi ini telah diperluas hingga mencakup pemesanan tiket kereta lokal, serta layanan pembatalan dan perubahan jadwal keberangkatan. Kehadiran KAI *Access* bertujuan untuk memberikan

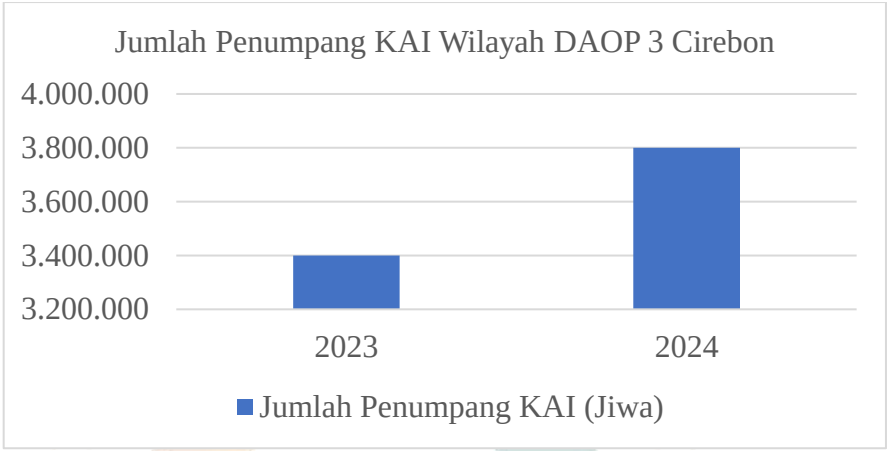
kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pemesanan, pembelian tiket, serta pengecekan jadwal keberangkatan kereta api (Bahrudin, 2023)

Menurut Widodo (Syahida, 2014:10) dalam (Bahrudin, 2023) implementasi merupakan proses penyediaan sarana untuk menjalankan suatu kebijakan yang dapat menimbulkan dampak terhadap objek yang dituju. Dalam konteks ini, PT Kereta Api Indonesia telah mengimplementasikan aplikasi KAI *Access* sebagai salah satu upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat serta bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Pelayanan yang berkualitas tinggi dapat diyakini mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengguna layanan. Kualitas tersebut tercermin melalui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna, serta memberikan layanan yang akurat dan melebihi ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang optimal akan menciptakan kepuasan bagi konsumen dan memperkuat citra yang positif terhadap perusahaan.

Saat ini masyarakat menunjukkan minat yang semakin tinggi terhadap penggunaan jasa transportasi kereta api, yang salah satunya tercermin melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan hadirnya KAI *Access*. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan tiket menggunakan berbagai perangkat, seperti iOS, Android, maupun Windows Phone. Namun demikian, tidak semua konsumen memilih untuk memanfaatkan aplikasi KAI *Access* dengan berbagai alasan tertentu. Masih terdapat sejumlah penumpang yang lebih memilih membeli tiket secara langsung (*go show*), meskipun harus menghadapi antrean panjang. Berdasarkan berbagai ulasan dari pengguna aplikasi KAI *Access*, sebagian besar permasalahan berkaitan dengan tingkat kepercayaan terhadap aplikasi tersebut serta kualitasnya sebagai media pendukung dalam proses transaksi pembelian tiket kereta api (Bahrudin, 2023).

Septiani & Lavinda (2023) berdasarkan data yang diperoleh dari aplikasi KAI Access, PT KAI (Persero) mencatat adanya peningkatan signifikan dalam transaksi penjualan tiket kereta api pada tahun ini, yakni mencapai 61,56%.

Angka tersebut menunjukkan kenaikan dibandingkan tahun 2022 yang sebesar 52,16%, serta lebih tinggi dari tahun 2021 yang hanya mencapai 38,12%. Selain itu, lebih dari 80% pengguna aplikasi tersebut berasal dari kalangan milenial dan Generasi Z (Asnawi et al., 2023).



Sumber: IDN.TimesJabar (2025)

Gambar 1.2 Data Penumpang KAI Daop 3 Cirebon

Menurut IDN.Times Jabar KAI mencatat jumlah PT Kereta Api Indonesia (KAI) melaporkan bahwa jumlah penumpang kereta api di wilayah Daerah Operasi (Daop) 3 Cirebon sepanjang tahun 2024 mencapai 3,8 juta orang, meningkat sebesar 14% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencatat 3,4 juta penumpang. Dari total tersebut, sebanyak 1,9 juta penumpang tercatat berangkat dari wilayah Daop 3 Cirebon, sedangkan 1,92 juta penumpang tercatat tiba di wilayah tersebut.

Data ini menunjukkan bahwa wilayah Daop 3 Cirebon tidak hanya berfungsi sebagai titik transit strategis, tetapi juga sebagai salah satu destinasi penting dalam jaringan transportasi kereta api nasional. Menurut Rokhmad Makin Zainul, selaku manager humas KAI Daop 3 Cirebon, peningkatan jumlah penumpang ini dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap manfaat kereta api sebagai transportasi yang efisien, nyaman, dan ramah lingkungan.

Namun, terlepas dari peningkatan kepercayaan masyarakat Kota Cirebon dalam menggunakan jas transportasi kereta, Per bulan Juni 2023, aplikasi KAI *Access* di Google Play Store justru tercatat memiliki rating yang relatif rendah, yaitu 2,4 dari 5 bintang. Berdasarkan sejumlah ulasan pengguna, banyak keluhan yang disampaikan terkait berbagai kendala dalam penggunaan aplikasi tersebut, antara lain aplikasi yang sering mengalami *bug*, kesulitan dalam penjadwalan ulang, lambatnya proses transaksi, ketidakmampuan untuk memilih kursi, tidak munculnya pilihan kereta, serta tidak terekamnya pembayaran pada sistem aplikasi. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan *e-commerce* untuk senantiasa memperhatikan kualitas layanan mereka guna menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan, baik melalui peningkatan kualitas situs web, layanan, maupun penyajian informasi dan gambar yang akurat (Asnawi et al., 2023).

Dari berbagai review para pengguna aplikasi KAI *Access* tersebut, permasalahan tertuju pada dapat dipercaya atau tidaknya serta bagus tidaknya kualitas aplikasi KAI *Access* sebagai sarana yang mendukung terlaksananya kegiatan transaksi dalam pembelian tiket kereta api secara online. Asnawi et al., (2023) membuktikan dalam penelitiannya mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas website terhadap keputusan pembelian tiket kereta api melalui KAI *Access* membuktikan variabel kepercayaan (X1) dan kualitas website (X2) secara serempak memengaruhi signifikan pada variabel keputusan pembelian (Y). Demikian juga dengan temuan serupa juga diungkapkan oleh (Mahar et al., 2020) melalui hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor kepercayaan, kemudahan transaksi, dan kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api secara online.

Dengan memperhatikan kondisi lapangan serta dukungan informasi yang peneliti dapatkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Aplikasi Kai *Access* Di Kota Cirebon Melalui Variabel Intervening Minat Beli".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan pada aplikasi KAI *Access* yang masih menunjukkan beberapa masalah yang berulang dalam studi-sudi empiris. Beberapa penelitian melaporkan bahwa meskipun terdapat beberapa fitur yang terdapat di aplikasi KAI *Access*, persepsi pengguna mengenai kualitas layanan tetap bervariasi. Misalnya, aspek *responsiveness* (ketanggapan) dan *empathy* (perhatian terhadap pengguna) yang sering kali menjadi kelemahan yang membutuhkan perbaikan. Pengguna sering mengeluh mengenai respon yang lambat terhadap masalah dan kurangnya informasi *real-time* pada saat terjadi gangguan. Temuan ini muncul dalam penelitian-penelitian yang melakukan penilaian langsung terhadap dimensi SERVQUAL pada aplikasi KAI *Access* serta merekomendasikan perbaikan dalam layanan operasional serta *customer support* (dukungan pelanggan). Selain itu, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun implementasi aplikasi ini dinilai baik secara teknis di sejumlah kota, namun masih terdapat gap antara apa yang diharapkan pengguna dan kinerja nyata, misalnya dalam fitur pemilihan kursi, pembatalan, atau pembaruan jadwal) sehingga kualitas layanan belum sepenuhnya memenuhi ekspetasi dari berbagai segmen pengguna.
2. Kemudahan transaksi merupakan isu lain yang sering diangkat dan dianggap masalah dalam beberapa penelitian. Meskipun aplikasi KAI *Access* diunduh dalam jumlah besar (menunjukkan banyaknya pengguna), sejumlah responden melaporkan adanya masalah dengan performa aplikasi seperti lambatnya *loading error* saat melakukan transaksi. Selain itu, terdapat kebingungan mengenai berbagai mekanisme pembayaran digital tertentu seperti *virtual account*, QRIS, dan *m-banking*. Hal tersebut berpengaruh pada kepercayaan saat melakukan transaksi, khususnya pada saat jam sibuk atau saat promo tertentu. Beberapa penelitian bahkan

menemukan bahwa kendala pengetahuan mengenai pembayaran dan isu teknis menyebabkan kemudahan transaksi tidak selalu berdampak langsung pada kepuasan pada semua sampel, hal ini menunjukkan bahwa heterogenitas efek yang bergantung pada tingkat literasi digital masing-masing pengguna.

3. Kepuasan pengguna sebagai *outcome* memberikan gambaran yang beragam. Beberapa penelitian yang mencatat tingkat kepuasan yang cukup tinggi dalam segmen tertentu, misalnya evaluasi implementasi di sejumlah kota mencatat skor kepuasan >80%. Namun di sisi lain, penelitian lainnya menekankan rating aplikasi yang rendah di berbagai aplikasi serta keluhan dari para pengguna mengenai pengalaman mereka seperti server yang tidak dapat diakses saat promo, proses *checkout* yang bermasalah, yang menurunkan tingkat kepuasan secara keseluruhan dan kemungkinan penggunaan berulang. Hal ini mengindikasikan terdapat ketimpangan antar wilayah dan segmentasi pengguna misalnya, perbedaan dalam usia atau literasi digital. Sehingga meskipun secara agregat beberapa sampel menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, namun masih tetap terdapat kelompok pengguna yang tidak merasa puas, yang dapat berpengaruh negatif terhadap retensi dan *word of mouth* yang positif.
4. Minat beli yang seringkali berperan sebagai variabel intervening (perantara) yang berkaitan dengan persepsi pengguna dan pengalaman mereka dalam transaksi sebelumnya. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat beli biasanya meningkat saat kualitas layanan dan kemudahan transaksi baik; namun, jika pengguna telah mengalami masalah seperti transaksi yang gagal, server yang tidak berfungsi, atau layanan yang lambat, minat beli akan berkurang, meskipun faktor lain seperti harga tetap bersaing. Dengan kata lain, dalam konteks aplikasi KAI *Access*, minat beli sangat dipengaruhi oleh pengalaman layanan dan aspek teknis aplikasi. Sebuah temuan yang sejalan dengan sejumlah studi empiris tentang motivasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli pada aplikasi pemesanan tiket.

Identifikasi masalah yang ditemukan dari beberapa literatur pendukung bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kemudahan transaksi dengan kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access*, dan apakah minat beli dapat menjadi penghubung atau variabel intervening dalam penelitian ini.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil pemaparan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti agar penelitian lebih fokus dan spesifik, maka dari itu peneliti merumuskan beberapa pembatasan masalah yakni sebagai berikut:

1. Ruang lingkup wilayah kajian, dimana penelitian ini dibatasi pada pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon. Dengan demikian, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan kepada para pengguna di kota atau daerah lain.
2. Variabel yang diteliti, dimana penelitian ini hanya memfokuskan pada pengaruh dua variabel independen, yaitu kualitas layanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna. Minat beli hanya digunakan sebagai variabel intervening, sehingga variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pengguna tidak akan dianalisis.
3. Subjek penelitian, yang dimana responden penelitian merupakan pengguna aktif aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon. Pengguna di luar cakupan kota Cirebon atau pengguna yang baru hanya menggunakan aplikasi KAI *Access* satu kali tidak akan menjadi bagian dari populasi pada penelitian ini.
4. Periode dan waktu, penelitian ini akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sehingga hasilnya mungkin hanya relevan pada saat periode tersebut dan dapat berubah jika terdapat perubahan yang signifikan dalam fitur atau layanan KAI *Access* di masa mendatang.
5. Pengukuran variabel, yakni kualitas layanan, kemudahan transaksi, minat beli, dan kepuasan pengguna akan diukur berdasarkan persepsi pengguna

melalui kuesioner yang terstruktur. Hal ini menunjukkan penelitian ini bergantung pada persepsi subyektif pengguna, yang bisa saja memiliki variasi dan bias tertentu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
2. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
4. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
5. Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
6. Apakah minat beli memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?
7. Apakah minat beli memediasi kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya yaitu:

a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
b. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.

c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
d. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
e. Untuk menganalisis pengaruh minat beli terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
f. Untuk menganalisi minat beli memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
g. Untuk menganalisis minat beli memediasi kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi manajemen, serta dapat memperluas studi literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penggunaan aplikasi mobile, terutama dalam hal kualitas layanan dan kemudahan transaksi untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Akademis

Untuk penulis, penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan pada saat menempuh pendidikan. Kemudian untuk para pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi maupun pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penggunaan aplikasi mobile khususnya terkait pelayanan digital dan kepuasan konsumen pada sektor transportasi sebagai bahan kajian yang lebih lanjut.

c. Manfaat Praktis

Bagi pemangku kepentingan perusahaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan masukan pada perluasan informasi aplikasi khususnya mengenai kualitas layanan, kemudahan transaksi, dan kepuasan pengguna.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan yang terdiri lima bab, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, penulis menjelaksan mengenai gambaran umum terhadap permasalahan-permasalahan yang akan dipaparkan dalam penelitian, pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini penulis memberikan menjelasan dan gambaran umum mengenai teori-teori mendukung yang relevan dengan topik permasalahan yang diangkat, serta berisi penelitian-penelitian terdahulu sebagai landasan dan acuan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis akan membahas mengenai jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik analisis data, dan analisis regresi linear berganda.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab selanjutnya penulis akan memaparkan hasil analisis terkait pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna layanan KAI *Access* di Kota Cirebon melalui variabel intervening minat beli.

Pada bab ini terdiri dari (A) Hasil Penelitian, (B) Pembahasan yang meliputi rumusan masalah yakni; (1) Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (2) Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (3) Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (4) Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (5) Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (6) Apakah minat beli memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon? (7) Apakah minat beli memediasi kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon?

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan secara umum mengenai permasalahan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, pada bab ini juga penulis berusaha memberikan saran dan masukan yang dipeoleh dari hasil penelitian.

UINSSC