BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari keseluruhan analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dapat dilihat dari hasil t hitung dan tingkat signifikansi, variabel kualitas layanan memiliki nilai t hitung 2,081 > t tabel yakni 1,98552 dan tingkat signifikansi yang didapat 0,040 < 0,05. Dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan aplikasi KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Kota Cirebon.
2. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dibuktikan dengan perbandingan nilai t hitung sebesar 5,710 > t tabel 1,98552 dengan tingkat signifikansi yang didapatkan 0,000 < 0,05, yang berarti H_2 diterima dan H_0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi aplikasi KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Kota Cirebon.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan sebesar 3,645 > t tabel 1,98580 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan aplikasi KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Kota Cirebon.
4. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil uji t untuk variabel kemudahan transaksi diperoleh nilai t hitung sebesar 4,129 > t tabel 1,98580 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak,

menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan aplikasi KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Kota Cirebon.

5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil uji t variabel minat beli terhadap kepuasan pengguna menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,332 > t tabel 1,98580 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, yang artinya H_5 diterima dan H_0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel minat beli pada aplikasi KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Kota Cirebon.
6. Minat beli mampu memediasi hubungan variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna. Hasil uji sobel yang menunjukkan nilai t hitung adalah 85,320527895321, t tabel yang ditetapkan dengan signifikansi 0,05 yakni 1,98552. Dapat dilihat bahwa skor t hitung > t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_6 diterima. Dapat disimpulkan adanya variabel minat beli mampu memediasi hubungan variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.
7. Minat beli mampu memediasi hubungan variabel kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna. Hasil uji sobel ditemukan bahwa nilai t hitung adalah 109,21112452402, sedangkan nilai t tabel yang didapat dengan signifikansi 0,05 yakni 1,98552. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_7 diterima. Dapat disimpulkan adanya variabel minat beli mampu memediasi hubungan variabel kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* di Kota Cirebon.

B. Saran

Bagi pihak Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) disarankan untuk terus meningkatkan aspek kemudahan dalam setiap proses transaksi di aplikasi KAI *Access*. Hal ini dapat dilakukan melalui penyederhanaan tampilan antarmuka, peningkatan kecepatan sistem dalam memproses pembayaran, serta perluasan metode pembayaran digital yang

lebih beragam dan aman. Selain itu, pengembang juga perlu memastikan stabilitas aplikasi agar pengguna tidak mengalami kendala teknis seperti gangguan server atau kegagalan transaksi, terutama pada jam pemesanan sibuk. Selain itu, PT KAI diharapkan memperhatikan dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, misalnya dengan meningkatkan layanan *customer support* yang cepat merespons keluhan pengguna serta memperbarui informasi secara real-time terkait jadwal keberangkatan, ketersediaan kursi, dan kebijakan perjalanan. Hal ini akan memperkuat citra positif aplikasi KAI *Access* dan menumbuhkan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

Secara akademis, hasil penelitian ini memperkuat teori SERVQUAL dan Technology Acceptance Model (TAM) dengan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kemudahan transaksi tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna, tetapi juga secara tidak langsung melalui variabel minat beli sebagai intervening. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli memiliki peran penting dalam menjembatani persepsi pengguna terhadap layanan dan kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperdalam model teoretis ini dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pengguna (*trust*) persepsi risiko (*perceived risk***)** yang juga berpotensi memengaruhi hubungan antara kemudahan transaksi dan kepuasan pengguna.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif kecil dan ruang lingkup wilayah yang terbatas hanya di Kota Cirebon, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh pengguna KAI *Access* di Indonesia. Penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melibatkan beberapa kota lain agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan metode campuran (mixed methods) dengan wawancara mendalam guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi dan pengalaman pengguna aplikasi.

Penggunaan model analisis yang lebih kompleks, seperti Structural Equation Modeling (SEM), juga dapat memberikan hasil yang lebih akurat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diuji.

UINSSC