

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Mengacu pada pada hasil penelitian pada 100 pengguna PT Kereta Api Indonesia Daop IV, simpulan yang dapat ditarik, yaitu:

1. *E-service quality* memengaruhi positif signifikan terhadap loyalitas pengguna. Perihal ini dikarenakan responden merasa bila Access by KAI telah mudah untuk diakses, lancar digunakan, memberikan tiket yang dibutuhkan konsumen, memiliki fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga memudahkan pelanggan dalam bertransaksi, layanan yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan responden. Sehingga mendukung bahwa *E-service quality* yang baik mampu mengoptimalkan loyalitas penggunanya. Namun terdapat jawaban yang tidak baik dikarenakan responden merasa aplikasi lambat saat diakses oleh banyak orang dalam waktu yang lama, selain itu terdapat fitur fitur baru yang terkadang membingungkan bagi pengguna baru.
2. *Trust* memengaruhi secara positif signifikan terhadap loyalitas pengguna. Saat pengguna telah menaruh kepercayaan terhadap PT Kereta Api Indonesia, maka pengguna akan setia dan membeli tiket kereta api tberulang kali. Hal ini menciptakan loyalitas dimana pengguna tidak mudah berpindah atau mencari

alternatif transportasi lainnya. Kepercayaan ini muncul dikarenakan pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi melalui Access by KAI. Perasaan aman ini tercipta karena data pribadi pengguna terlindungi dengan baik dan tidak ada kebocoran data pelanggan yang terjadi. Namun masih terdapat responden yang merasa kurang percaya terhadap Access by KAI karena sistem aplikasi yang rentan diretas sehingga persebaran informasi pelanggan mudah terjadi.

3. *E-service quality* dan *trust* secara serentak memengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pengguna Access by Kai mengaku bila kemudahan, kelancaran dan keamanan yang ditawarkan sangat sesuai dengan harapan. Pemenuhan harapan pengguna yang sesuai itu dapat meningkatkan rasa percaya. Perusahaan yang dapat menyediakan layanan yang sesuai dengan harapan pengguna hingga menciptakan rasa kepercayaan yang tinggi, maka akan menciptakan angka loyalitas yang tinggi juga.

4.2 Saran

Saran yang bisa peneliti berikan kepada PT Kereta Api Indonesia mengenai peningkatan loyalitas pengguna dimasa mendatang yaitu::

1. Beberapa hal yang perlu diperbaiki pada variabel *E-service quality* yaitu pada item pertanyaan ESQ10, ESQ11, WSQ12. Pertanyaan ESQ10 mengenai proses reservasi dan pembatalan tiket. Responden mengeluhkan proses

pembatalan tiket yang perlu dilakukan di stasiun pembatalan, dimana hal ini cukup jauh dari rumah responden. Oleh karena itu PT Kereta Api Indonesia perlu menyederhanakan alur pembatalan tiket melalui Access by KAI atau via telepon. Hal ini memudahkan pengguna untuk mendapatkan kembali uang yang telah dibayarkan, semakin cepat proses pembatalan yang dapat dilakukan, maka pengguna akan nyaman menggunakan kereta api. ESQ11 merujuk pada penanganan keluhan yang belum maksimal, seharusnya di Aplikasi Access by KAI tidak hanya menyediakan *frequently question*, namun juga menyediakan *call center* yang dapat dihubungi 24 jam agar semua keluhan dapat ditangani lebih cepat dan akurat. ESQ12 merujuk pada kemudahan proses refund dan reschedule tiket, diharapkan PT Kereta Api memperhatikan proses refund dengan mengembalikan uang lebih cepat dalam waktu kurang dari satu minggu.

2. Pada variabel *trust* item pertanyaan yang mendapat nilai rendah yaitu T3 dan T5. Baik T3 mengenai PT Kereta Api Indonesia memberikan layanan prima. PT Kereta Api Indonesia perlu meningkatkan layanannya dengan mempermudah alur pengajuan keluhan maupun komplain via aplikasi, telepon maupun whatsapp supaya segala permasalahan pengguna cepat tertangani. Pertanyaan T5 memuat harga tiket kereta api. Atas dasar itulah, pihak PT Kereta Api perlu melakukan riset secara berkala untuk melihat apakah

layanan yang diberikan telah sesuai dengan kelas yang disediakan seperti kelas ekonomi, eksekutif maupun luxury.

3. Pada variabel loyalitas perlu adanya perbaikan pada item pertanyaan LP6 mengenai memberi ulasan di google play store. Guna meningkatkan awareness pengguna untuk memberi rating dan ulasan yang baik, maka PT Kereta Api Indonesia perlu memperbaiki kualitas layanannya dalam segala lini. Layanan ini mencakup pembelian tiket, pengalaman saat perjalanan, kemudahan akses informasi, ketersediaan kursi, dan inovasi produknya seperti layanan tiket kelas ekonomi, eksekutif, bisnis, luxury, maupun layanan kargo. Konsumen yang puas akan layanan tersebut secara sukarela memberikan rating dan ulasan yang baik di google playstore. Selain itu pada pertanyaan LP10 mengenai pengguna yang membeli tiket kereta api diluar aplikasi Acces by KAI. Maka dari itu perlu adanya peningkatan mutu aplikasi dan kemudahan pembayaran supaya para pengguna PT Kereta Api Indonesia suka bertransaksi melalui Access by KAI daripada aplikasi lainnya.