

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kenapa masih ada orang membeli tiket kereta api ngantri di loket stasiun padahal PT. KAI sudah meluncurkan pembelian tiket online yang dapat dibeli melalui website resmi PT. KAI dan lain-lain. . Data yang diperoleh dengan cara mengadakan pengamatan langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan yang sedang membeli tiket di Stasiun Gambir.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan *House of Quality*. Hasil analisis menunjukkan bahwa uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat harapan valid serta reliabel. Namun ada beberapa yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan mengenai kualitas dan kepuasan yaitu reputasi PT. KAI. Proses pembelian menghemat waktu, tenaga, dan biaya transportasi, dan proses pembelian tiket mudah.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain dengan lingkup penelitian diperluas.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan *Total Quality Management. Quality Function Deployment.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study was conducted to determine why there are still people queue to buy train tickets at the station counters when PT. KAI has launched online ticket purchases can be purchased through the official website of PT. KAI and others. . The data obtained by conducting direct observation by distributing questionnaires to the customers who are buying tickets at Gambir Station.*

*The sampling technique used is convinience sampling, whereas analytical tool used was the Test Validity, Reliability Test and the House of Quality. The results of the analysis showed that the level of interest and the validity test is valid and reliable level of expectation. But there are some that do not conform to the expectations of the customers regarding the quality and satisfaction that reputation PT. KAI. The purchase process saves time, labor, and transportation costs, and the ticket buying process easy.*

*For further research is recommended to add another variable to the expanded scope of the study.*

**Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction, and Total Quality Management. Quality Function Deployment.**

MERCU BUANA