



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
REPUTASI APLIKASI KAI ACCESS TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT.
KERETA API INDONESIA (PERSERO)**

TESIS

OLEH :

MAYLIA AFRIZAH GHOZALI

55218120009

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2021



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Maylia Afrizah Ghozali
NIM : 55218120009
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Media Industri & Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi
Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan
dan Loyaitas Pelanggan PT. Kereta Api
Indonesia (Persero)

Jakarta, 27 September 2021

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dr. Irmulansati T., SH, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Maylia Afrizah Ghozali
NIM : 55218120009
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Media Industri & Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi
Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan
dan Loyaitas Pelanggan PT. Kereta Api
Indonesia (Persero)

Jakarta, 27 September 2021

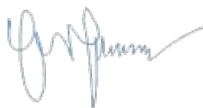
Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

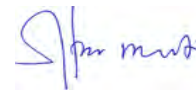
Dr. Irmulansati T., SH, M.Si

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yulawati, M.Si

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Heri Budianto, M Si

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Maylia Afrizah Ghozali
NIM : 55218120009
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi Aplikasi KAI *Access* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 September 2021 , didapatkan nilai persentase sebesar 30%

Jakarta, 15 September 2021
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi Aplikasi KAI
Access Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT.
Kereta Api Indonesia (Persero)
Nama : Maylia Afrizah Ghozali
NIM : 55218120009
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 27 September 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 27 September 2021


h Ghozali

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of service quality and reputation of the KAI Access application on customer satisfaction and loyalty of PT. Kereta Api Indonesia (Persero). This type of research is causal with a quantitative approach. This research uses Social Exchange Theory. Social exchange theory is based on the idea that people view their relationships in an economic context according to Thibaut & Kelley (2017). They calculate the sacrifices and compare them to the rewards gained by continuing the relationship. The sample in this study was 400 respondents who were taken by probability sampling method with initial testing using 100 respondents to test whether the questionnaire was valid or not distributed to users. The data analysis technique in this study used multiple linear analysis with simultaneous regression test (f test) and partial regression test (t test). The data calculation process is assisted by the IBM SPSS 25 application program. The test results show a linear equation of indirect effect between service quality and reputation variables (X) → customer satisfaction (Y₁) → customer loyalty (Y₂) of 0.213. And obtained an Error value (e) of 0.503, Fcount of 43,347 and Ftable of 3,040 with a significance level of 0.000 and if the significance is less than 0.05, then Fcount > Ftable (43.347 > 3.040) then H₀ is rejected and H_a is accepted, meaning that there is an influence between service quality variable, reputation on customer loyalty through customer satisfaction PT. Kereta Api Indonesia (Persero) partially.

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Reputation, Service Quality*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan reputasi aplikasi KAI *Access* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Jenis penelitian ini adalah kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*). Teori pertukaran sosial didasarkan pada ide bahwa orang memandang hubungan mereka dalam konteks ekonomi menurut Thibaut & Kelley (2017). Mereka menghitung pengorbanan dan membandingkannya dengan penghargaan yang didapatkan dengan meneruskan hubungan itu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 responden yang diambil dengan metode *probability sampling* dengan pengujian awal menggunakan 100 responden untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan uji regresi serempak (uji f) dan uji regresi parsial (uji t). Proses perhitungan data dibantu dengan program aplikasi IBM SPSS 25. Dari hasil pengujian menunjukkan persamaan linier pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas layanan dan reputasi (X) → kepuasan pelanggan (Y₁) → loyalitas pelanggan (Y₂) sebesar 0,213. Serta diperoleh nilai Error (e) sebesar 0,503, F_{hitung} sebesar 43,347 dan F_{tabel} sebesar 3,040 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan jika signifikansinya kurang dari 0,05, maka F_{hitung} > F_{tabel} (43,347 > 3,040) maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh antara variabel kualitas layanan, reputasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara parsial.

Kata Kunci : kualitas layanan, reputasi, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadira Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabatnya, hingga umatnya sampai akhir zaman. Amiin.

Penulisan proposal tesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada program studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang **Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi Apikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api indonesia (Persero)**.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat tidak lepas dari kesulitan dan hambatan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya orang tua penulis yang selalu mendukung baik dukungan moral dan materil, memberikan motivasi hidup yang luar biasa untuk penulis serta mendoakan penulis hingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Heri Budianto, M.Si, selaku sebagai Kepala Program Studi Program Magister Ilmu Komunikasi serta juga selaku ketua sidang di sidang akhir.
3. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M.Si, selaku sebagai Dosen Pembimbing.
4. Dr. Nur Kholisoh, M.Si, selaku sebagai Penguji Seminar Hasil dan juga Penguji Ahli Sidang Akhir.
5. Staff/Karyawan/Dosen di lingkungan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Kedua Orang Tua, Kakak dan Adik (Zuanita Verawati. G, S.Pd, Oki Setya Cahya dan Amanda Khofifah Febriantri. G) yang senantiasa memberikan semangat, banyak dukungan dan do'a terbaik dan dukungan materi selama perkuliahan dan menyelesaikan Tesis ini.
7. Untuk terkasih, Italo Michel, M.Sc, yang senantiasa memberikan semangat, materi dan juga do'a terbaik selama perkuliahan dan menyelesaikan Tesis ini.
8. Teman-teman seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana angkatan 34 (Khususnya Ramdani S.I.Kom, Thalita Tea R, S.I.kom, Ogrivia Ratih S.I.Kom) yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama perkuliahan dan menyelesaikan Tesis ini.
9. Sahabat-sahabat (Indah Dwi. P, S.Pd, Kholifatunissa, S.Kom, Lailatul Saidah, S.Pd dan Nia Meilisy, A.Md.Par) yang meluangkan

waktu, tempat dan dukungannya untuk menyelesaikan perkuliahan dan Tesis penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran dengan senang hati agar tesis ini bisa menjadi lebih baik. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, mudah-mudahan tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Jakarta, September 2021

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori	20
2.2.1 Teori Komunikasi	20
2.2.2 Komunikasi Organisasi	23
2.2.3 Kualitas Layanan	26
2.2.4 Reputasi	28

2.2.5	Kepuasan Pelanggan.....	29
2.2.6	Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3	Kerangka Teori	34
2.4	Hipotesis Penelitian	35
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1	Paradigma Penelitian.....	37
3.2	Jenis/ Desain Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Teknik Penarikan Sampel	40
3.5	Definisi Konsep	41
3.6	Operasionalisasi Konsep.....	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7.1	Data Primer	46
3.7.2	Data Sekunder.....	47
3.8	Uji Keabsahan Data	48
3.8.1	Validitas	48
3.8.2	Reliabilitas.....	50
3.9	Teknik Analisis Data.....	52
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.9.2	Koefisien Determinasi.....	53
3.9.3	Regresi Linier Berganda dan <i>Path Analysis</i>	54
3.9.4	Uji Hipotesis	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.2	Deskripsi Obyek Penelitian	59
4.2.1	Profil Perusahaan	59
4.2.2	Aplikasi KAI <i>Access</i>	60
4.3	Hasil Penelitian.....	62
4.3.1	Karakteristik Responden	62

4.3.2 Analisis Pertanyaan	67
4.3.3 Uji Validitas	88
4.3.4 Reliabilitas	91
4.3.5 Analisis Deskriptif	92
4.3.6 Koefisien Determinasi	99
4.3.7 Uji Linier Berganda dan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	99
4.3.8 Uji Hipotesis	104
4.4 Pembahasan	108
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 108	
4.4.2 Pengaruh Reputasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	109
4.4.3 Pengaruh Kualitas Dan Reputasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	110
4.4.4 Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan	110
4.4.5 Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	111
4.4.6 Pengaruh Kualitas Dan Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	112
BAB V	114
PENUTUP	114
5.1 KESIMPULAN	114
5.2 SARAN	116
DAFTAR PUSTAKA	117
Lampiran 1: Kuesioner	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	33
Gambar 3.1	50
Gambar 3.2	51
Gambar 3.3	51
Gambar 3.4	51
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	59
Gambar 4.3	59
Gambar 4.4	60
Gambar 4.5	60
Gambar 4.6	61
Gambar 4.7	62
Gambar 4.8	62
Gambar 4.9	62
Gambar 4.10	78



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	42
Tabel 3.2	48
Tabel 4.1	63
Tabel 4.2	64
Tabel 4.3	64
Tabel 4.4	65
Tabel 4.5	66
Tabel 4.6	67
Tabel 4.7	68
Tabel 4.8	69
Tabel 4.9	69
Tabel 4.10	70
Tabel 4.11	71
Tabel 4.12	71
Tabel 4.13	72
Tabel 4.14	72
Tabel 4.15	73
Tabel 4.16	73
Tabel 4.17	75
Tabel 4.18	76
Tabel 4.19	77
Tabel 4.20	79
Tabel 4.22	80
Tabel 4.23	81
Tabel 4.24	82