

# Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api

Billy Ibrahim Tarmiji, Ratih Tresnati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia

billyibrahim33@gmail.com, ratihtresnati27@gmail.com

**Abstract**—The purpose of this study was to find out the application of ticket price train Harina, to find out the service quality who carried out by train Harina, to find out the responses of respondents regarding purchasing decisions, to determine the prices influence on purchasing decisions, to know the influence of service quality on purchasing decisions, and to determine the influence of prices and service quality on purchasing decisions. The methodology that was used is a method of surveying and techniques of the withdrawal of the sampling method of accidental probability as sample is non. The type of research conducted is quantitative verification. Population in this research is consumers train Harina. Sample taken is 100 respondents. The method of analysis the data used was linear analysis and the worship of idols aims to review of the relations between independent variable (X1) and dependent variable (X2) with independent variable dependent variable. The results of this study state that the pricing of ticket train Harina it can be said enough. The implementation of the service quality it can be said good. Consumer responses regarding purchase decisions on train Harina can be said quite good. The results of this study indicate the influence of price and service quality on consumer a purchase decisions.

**Keywords**—Price, service quality, Purchase Decision.

**Abstrak**—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan harga tiket kereta api Harina, untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan di kereta api Harina, untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen akan jasa kereta api Harina, untuk mengetahui besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dan untuk mencari seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode survei dan teknik penarikan sampel adalah *non probability-accidental-sampling*. Jenis penelitian yang dilaksanakan bersifat verifikatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kereta api Harina. Sampel yang diambil adalah 100 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X1) dan variabel independen (X2) dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penetapan harga tiket kereta api Harina dapat dikatakan cukup. Pelaksanaan kualitas pelayanan dapat dikatakan baik. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian akan jasa kereta api Harina dapat dikatakan cukup. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya

pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci**—Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

## I. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu sarana yang memudahkan manusia atau barang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Selain itu transportasi juga bermanfaat sebagai sarana pertumbuhan perekonomian suatu negara, menunjang pembangunan dan kemudahan pemenuhan kebutuhan bagi daerah yang tertinggal. Moda Transportasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu darat, laut dan udara. Di Indonesia moda transportasi darat yang paling sering digunakan dibandingkan dengan moda transportasi lainnya. Kereta api adalah salah satu moda transportasi alternatif yang banyak di pilih masyarakat untuk memudahkan kegiatan sehari-hari.

PT Kereta Api Indonesia menyediakan berbagai rute kereta api antar kota untuk pulau Jawa, salah satunya yaitu rute Bandung-Surabaya. Terdapat beberapa kereta api yang melayani rute tersebut diantaranya Argo Wilis, Turangga, Mutiara selatan, dan Harina. Dalam penelitian ini penulis melakukan survei pada kereta api Harina. Dalam dunia bisnis transportasi, keputusan pembelian dapat di tingkatkan dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik seperti yang dikemukakan oleh Virginia dan Sri (2017), yang mengatakan bahwa “Harga dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”. Hal yang sama juga dikemukakan oleh (Petricia & Syahputra, 2015) yang mengatakan bahwa “Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen”.

Sedangkan fakta dilapangan kebalikan dari kondisi diatas, hal ini terjadi di jasa transportasi Kereta Api Harina rute Bandung-Surabaya tahun 2016-2018 yang menjukan berfluktuasinya volume penjualan Kereta Apo Harina. Kondisi tersebut terjadi disebabkan oleh: (1) Ada kecenderungan masyarakat Kota Bandung kurang menggunakan jasa transportasi kereta api. (2) Masyarakat kurang menyukai jasa transportasi kereta api harina yang

ditawarkan oleh PT KAI. Selain itu, berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan kepada 30 responden, ada sejumlah alasan mengapa mereka lebih memilih transportasi lain yaitu: (1) Harga tiket bis Sugeng Rahayu lebih terjangkau. (2) Harga tiket jasa transportasi harina lebih mahal dibandingkan dengan jasa transportasi lain. Hal lain yang menyebabkan masyarakat Kota Bandung tidak memutuskan untuk membeli jasa KA Harina yaitu kualitas pelayanan jasa transportasi yang dirasakan kurang baik dilihat dari: (1) Fasilitas yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. (2) Petugas tidak tersedia di setiap gerbong sehingga menyulitkan konsumen ketika membutuhkan sesuatu.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kereta Api” (Survei Pada Penumpang Kereta Api Harina Rute Bandung – Surabaya).

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penetapan harga tiket KA Harina.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan KA Harina.
3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen akan KA Harina.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga tiket terhadap keputusan pembelian konsumen akan jasa KA Harina.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen akan jasa KA Harina.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen akan jasa KA Harina.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Terdapat juga 4 indikator yang mencirikan harga menurut (Kotler & Keller, 2016) yaitu:

1. Keterjangkauan harga  
Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk  
Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat  
Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga  
Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

### B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016).

Menurut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) terdapat lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*); yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan.
5. Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### C. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2016) yaitu di dalam tahap evaluasi, konsumen memilih diantara beberapa brand atau merek dan mungkin juga lebih berniat membeli dari brand yang lebih disukai. Menurut (Kotler & Keller, 2012) terdapat enam indikator keputusan pembelian, diantaranya:

1. Pilihan Produk. Konsumen mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.
2. Pilihan Merek. Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.
3. Pilihan penyalur. Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi.
4. Jumlah Pembelian. Konsumen dapat mengambil keputusan seberapa banyak produk yang akan dibelinya.
5. Waktu Pembelian. Keputusan konsumen dalam waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, seminggu sekali, bahkan setahun sekali tergantung kebutuhannya.
6. Metode pembayaran. Konsumen dapat menentukan metode pembayaran yang akan digunakan pada saat transaksi pembelian. Konsumen mungkin akan menggunakan cara pembayaran: bayar tunai, cek,

kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, kredit melalui lembaga keuangan dan kredit melalui toko.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kereta Api Harina adalah salah kereta yang di operasikan PT Kereta Api Indonesia. KA Harina menyediakan jasa transportasi dengan rute Bandung-Surabaya. Kereta ini merupakan salah satu kereta yang memiliki kelas campuran yaitu kelas ekonomi, bisnis, dan eksekutif. Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan secara umum berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan jumlah populasi berdasarkan konsumen Kereta Api Harina. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh mereka yang berusia 21-30 tahun dengan persentase sebesar 51%. Jenis kelamin didominasi oleh pria dengan persentase sebesar 58%. Karakteristik berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pekerja swasta dengan persentase sebesar 29% dan berdasarkan pendapat sebesar Rp. 1.000.000 s/d 3.000.000 dan persentase sebesar 34%.

Berikut ini adalah hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, yang diuji menggunakan teknik analisis koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R Square), dan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji-t).

TABEL 1. MODEL SUMMARY

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,742 <sup>a</sup>	,552	,546	4,37210	1,812

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil R Square = 0,552 atau 55,2% yang diperoleh artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 55,2% sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi oleh faktor dan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, citra merek, dll.

TABEL 2. COEFFICIENTS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,437	1,031		6,393	,014
	Harga	,628	,223	,571	3,662	,000
	Kualitas Pelayanan	,515	,067	,423	2,589	,020

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis secara parsial, nilai uji-t variabel harga didapatkan hasil sebesar 3,662 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dikarenakan  $3,662 > 1,984$  dan dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$

maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Harina. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan nilai uji-t didapatkan hasil sebesar 2,589 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dikarenakan  $2,589 > 1,984$  dan dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Harina.

### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kereta api Harina, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai harga dapat dikatakan cukup. Terdapat beberapa hal yang dirasa kurang oleh konsumen seperti harga yang ditawarkan kurang terjangkau dan daya saing harga yang kurang dengan transportasi lain.
2. Penerapan kualitas pelayanan di KA Harina sudah dapat dikatakan baik. karena telah menerapkan lima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).
3. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian di KA Harina dengan indikator pilihan produk, pilihan merek dapat dikatakan cukup. Sedangkan untuk indikator pilihan penyalur, jumlah Pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran termasuk dalam kategori sangat baik.
4. Variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada KA Harina, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabulasi data Uji-t dengan hasil sebesar 3,662, dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  karena  $3,662 > 1,984$ , maka dari itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada KA Harina.
5. Variabel kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada KA Harina, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabulasi data Uji-t dengan hasil sebesar 2,589 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  karena  $2,589 > 1,984$ , maka dari itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen pada KA Harina.
6. Berdasarkan tabulasi data Uji-F dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 29,023 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,09 dengan tingkatan pengaruh yang kuat dari harga dan kualitas pelayanan yang diiringi dengan arah

hubungan positif. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan sebesar 55,2% sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi oleh faktor dan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, citra merek, dll.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Global Edition: Pearson.
- [2] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen . 15th Edition*: Peaarson Education.
- [4] Parasuraman, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing Vol 64 (1)*, 12-37.
- [5] Petricia, D., & Syahputra. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Progo Bandung). *Journal Faculty of Communication and Business, , Telkom University*.
- [6] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.