

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Niat Beli Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*

Novi Navisa<sup>1</sup>, Sapto Priyanto<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Transportasi Perkeretaapian, Politeknik Perkeretaapian Indonesia, Madiun, Indonesia.

Received: 20 May 2025

Revised: 1 June 2025

Accepted: 17 June 2025

Published: 30 June 2025

Corresponding Author:

Author Name: Sapto Priyanto

Email: [sapto@ppi.ac.id](mailto:sapto@ppi.ac.id)

© 2025 The Authors. This open access article is distributed under a (CC-BY SA License)



DOI: 10.56855/jeep.v3i1.1660

**Abstract:** In the era of rapid transportation and technology, people tend to choose efficient and economical means. PT KAI is adapting to meet these expectations, especially in improving the comfort of Economy class trains. Jayabaya train ticket prices, before becoming Jayabaya new Generation train, are the main driver of customer satisfaction. Price sensitive for consumers becomes a critical aspect in attracting customers. The addition of facilities on this train caused a tariff increase of Rp. 30.000,00. This study aims to analyze the effect of service quality and ticket prices on the interest in buying passengers Jayabaya new Generation Economy Class. This quantitative research uses the independent variables of service quality and ticket prices, as well as the dependent variable purchasing interest. Data were collected through questionnaires and secondary data from the number of passengers and ticket prices for Jayabaya new Generation economy class train. The method used is binary logistic regression. The results of data analysis using IBM SPSS Statistics 27 showed that the quality of Service (X1) does not partially affect the interest in buying passengers Jayabaya new Generation Economy Class (significance value 0.628 > 0.05). In contrast, the ticket price (X2) has a partial effect on the interest in buying Jayabaya economy class new Generation passengers significantly (significance value 0.003 < 0.05). Simultaneously, the quality of Service and ticket prices have a significant effect on buying interest (significance value 0.001).

**Keywords:** Quality of service, Ticket prices, Buying interest, Jayabaya new generation

## Pendahuluan

Dalam era kemajuan transportasi dan teknologi yang pesat, manusia cenderung memilih sarana transportasi yang efisien secara waktu dan ekonomis. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa PT KAI secara konsisten berusaha beradaptasi dengan perubahan ini untuk memenuhi harapan masyarakat, khususnya dalam meningkatkan tingkat kenyamanan pada layanan kereta kelas ekonomi. Dalam evolusi perbaikan dan peningkatan kereta kelas ekonomi, yang sebelumnya memiliki kapasitas tempat duduk sebanyak 106 dengan konfigurasi 3-2, sandaran tegak lurus, dan susunan tempat duduk yang saling berhadapan, telah mengalami perubahan bertahap. Saat ini, kelas ekonomi telah diubah menjadi memiliki kapasitas tempat duduk sebanyak 72, dengan konfigurasi 2-2, dan tidak lagi menempatkan tempat duduk dalam susunan yang

saling berhadapan (Yuliani Anisa, 2023). Selain pada kursi, peningkatan juga dilakukan pada interior kereta dengan ditambahkan *Public Information Display System* (PIDS) yang dapat menampilkan 3 jam dan suhu. Interior kereta telah mengalami modifikasi yang mirip dengan desain kereta eksekutif, termasuk peningkatan bentuk bagasi dan nuansa interior yang lebih menarik. Selain itu, perubahan juga dilakukan pada fasilitas toilet dengan sentuhan eksklusif yang lebih nyaman. Dilengkapi juga tempat ibadah di kereta restorasi.

KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* dengan jurusan Malang - Pasar Senen berangkat dari Pasar Senen pukul 17.25 dan tiba di Malang pukul 06.20. Untuk relasi Malang-Pasar Senen, berangkat dari Malang pukul 12.30 dan tiba di Pasar Senen pukul 01.38. KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* merupakan bagian rangkaian HUT ke-78 KAI pada 28 September

## How to Cite:

Navisa, N., Priyanto, S. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap niat beli penumpang KA jayabaya kelas ekonomi new generation. *Journal of Engineering Education and Pedagogy*, 3(1), 13-18. <https://doi.org/10.56855/jeep.v3i1.1660>

hasil modifikasi yang KAI lakukan di Balai Yasa Manggarai, Jakarta Selatan. Berikut ini merupakan data volume penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi tahun 2022 dan 2023 sebelum peningkatan layanan menjadi *New Generation*, sebagai berikut:

**Tabel 1.** Jumlah Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi 2023

Keberangkatan	Jumlah Penumpang (orang)	Kedatangan	Jumlah Penumpang (orang)
Juli	10.956	Juli	13.719
Agustus	9.647	Agustus	12.539
September	8.892	September	11.312
<b>Jumlah</b>	<b>29.495</b>	<b>Jumlah</b>	<b>37.570</b>

(Sumber: PT Kereta Api Indonesia Daop VIII Surabaya)

Berdasarkan Tabel 1, kereta api yang dikelola atau dioperasikan oleh PT Kereta Api Indonesia DAOP VIII Surabaya dengan rute Malang – Pasar Senen, sebelum transformasi menjadi KA Jayabaya *New Generation*, tercatat pada bulan September 2023, jumlah penumpang yang turun di Stasiun Pasar Senen mencapai titik terendah dengan jumlah 11.312 orang. Sebaliknya, bulan Juli 2023 mencatat jumlah penumpang terbanyak yang turun di Stasiun Pasar Senen, yaitu sebanyak 13.719 orang.

**Tabel 2.** Jumlah Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*

Keberangkatan	Jumlah Penumpang (orang)	Kedatangan	Jumlah Penumpang (orang)
Oktober	9.881	Oktober	11.955
November	10.097	November	12.776
Desember	8.637	Desember	9.614
<b>Jumlah</b>	<b>28.615</b>	<b>Jumlah</b>	<b>34.345</b>

(Sumber: PT Kereta Api Indonesia Daop VIII Surabaya)

Pada bulan Desember tahun 2023, setelah proses evolusi menjadi KA *New Generation*, data dari tabel 1.3 menunjukkan adanya penurunan signifikan dalam jumlah penumpang KA Jayabaya kelas ekonomi *New Generation* 2023 sebanyak 4.105 orang. Perbandingan dilakukan terhadap jumlah penumpang KA Jayabaya pada tahun 2022 yang mencapai 40.485 orang, dan pada tahun 2023 sebelum transformasi menjadi KA Jayabaya *New Generation* dengan jumlah penumpang sebanyak 37.570 orang. Fenomena ketidakstabilan jumlah penumpang setelah evolusi menjadi KA Jayabaya *New Generation* pada tahun 2023 mendorong 5 perusahaan untuk memberikan perhatian khusus terhadap keluhan-keluhan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Alghofari & Haryanto, (2017) terhadap beberapa penumpang Kereta api K-3 (Ekonomi) melakukan komplain kepada pihak PT. KAI terkait desain kursi Kereta api K-3 yang sekarang terlalu sempit dan kurang nyaman digunakan bagi penumpang. Kursi tersebut semakin tidak nyaman bagi penumpang yang memiliki kaki panjang atau berbadan tinggi. PT KAI juga diharapkan memiliki kemampuan untuk memahami preferensi pelanggan dan menjalankan studi terhadap faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu pendorong kepuasan pelanggan lainnya adalah harga tiket KA Jayabaya sebelum berubah menjadi KA Jayabaya *New Generation*. Harga merupakan unsur yang sangat sensitif bagi konsumen, dan penetapan harga menjadi suatu aspek yang kritis dalam upaya memperoleh pelanggan. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat berakibat fatal bagi kelangsungan perusahaan.

Kelas	Harga	Sisa Kursi
EKONOMI (S)	Rp 320.000	Sisa 11 kursi
EKONOMI (O)	Rp 330.000	Sisa 11 kursi
EKONOMI (P)	Rp 340.000	Sisa 11 kursi
EKONOMI (C)	Rp 360.000	Sisa 14 kursi
EKONOMI (CA)	Rp 380.000	Terbatas
EKONOMI (CB)	Rp 400.000	Sisa 10 kursi

**Gambar 1.** Harga Tiket KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*

Kesesuaian antara harga tiket dengan persepsi nilai yang diberikan oleh layanan transportasi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan atau menurunkan 6 menit beli konsumen. Dengan memahami dinamika ini, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi penetapan harga untuk mencapai keseimbangan yang optimal antara keuntungan perusahaan dan kepuasan konsumen. Berdasarkan gambar 1.3 bahwa terjadi peningkatan harga tiket untuk KA Jayabaya kelas ekonomi *New Generation*. Pernyataan tersebut sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh Direktur Niaga KAI, Hadis Surya Palapa, ketika meresmikan KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* di Stasiun Pasar Senen. Menurutnya, penambahan fasilitas pada kereta tersebut menyebabkan kenaikan tarif sebesar Rp. 30.000,00 dibandingkan dengan tarif sebelumnya. Harapan pelanggan terhadap kualitas layanan atau kinerja dari perusahaan akan semakin tinggi karena harga yang mahal. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan muncul sebagai hasil dari proses evaluatif di

mana pelanggan membandingkan harapan mereka terhadap kinerja atau hasil yang diterima (Ramadhaniati et al., 2020).

### Kajian Pustaka

Secara konseptual, kualitas layanan dapat diartikan sebagai perbandingan antara realitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan harapan yang dimilikinya. Jika realitas pelayanan yang diterima melampaui harapan, maka layanan tersebut dapat dianggap baik dan memiliki potensi untuk meningkatkan minat beli konsumen tertuang pada penelitian Marlana, (2018). Terbukti dari nilai signifikansi diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai konstanta sebesar 3,846, hal 12 ini berarti jika variabel kualitas pelayanan ( $X$ ) dianggap nol, maka variabel minat beli ulang ( $Y$ ) adalah sebesar 3,846. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang maskapai Lion Air. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli ulang di Bandar Udara Yogyakarta *International Airport* sebesar 12,4% menurut Prasetyo & Rahimudin, (2023). Dari hasil uji analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa kualitas layanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,349 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan menghasilkan indeks rata-rata 78,3 sehingga dapat dikatakan kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan jasa *indihome* di Kota Semarang dengan populasi sebanyak 100 responden dalam penelitian ini memiliki kepuasan yang cukup tinggi terhadap kualitas layanan jasa *indihome* penelitian yang diteliti oleh Syahwi & Pantawis, (2021).

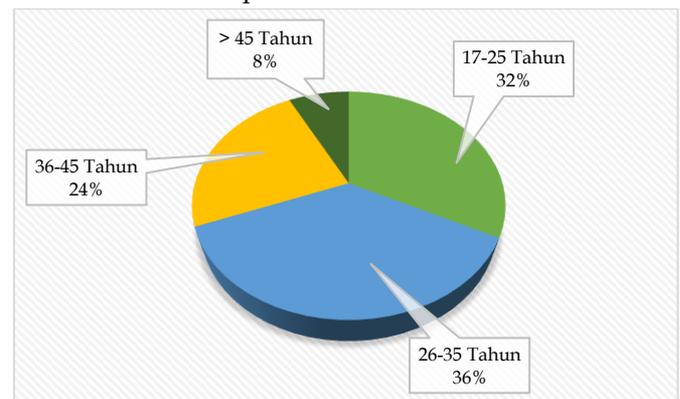
### Metode Penelitian

Tahap awal melibatkan identifikasi suatu permasalahan yang layak untuk dijadikan objek penelitian. Selanjutnya, peneliti melakukan pengumpulan data, dengan menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data primer, dan memperoleh data sekunder dari PT KAI Daop 8 Surabaya. Langkah metodologi penelitian berikutnya melibatkan penyusunan kuesioner dan uji instrumen, termasuk uji validitas dan reliabilitas jika instrumen lulus uji, peneliti dapat mendistribusikan kuesioner kepada sampel penelitian. Setelah mendapatkan data kuesioner, dilakukan pengolahan data menggunakan Microsoft Excel dan perangkat lunak statistik seperti IBM SPSS *Statistics* 27. Setelah memastikan data memenuhi, analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi logistik biner. Hasil analisis data tersebut kemudian menjadi dasar untuk menyusun

kesimpulan dan memberikan saran yang relevan. Dengan demikian, penelitian dianggap selesai dan diharapkan memberikan manfaat signifikan kepada berbagai pihak yang terlibat. Penelitian ini memiliki variabel terikat dan variabel bebas. a. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat sebab adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel terikatnya yaitu minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* yakni variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi dan menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013). variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan dan harga tiket.

### Hasil dan Pembahasan

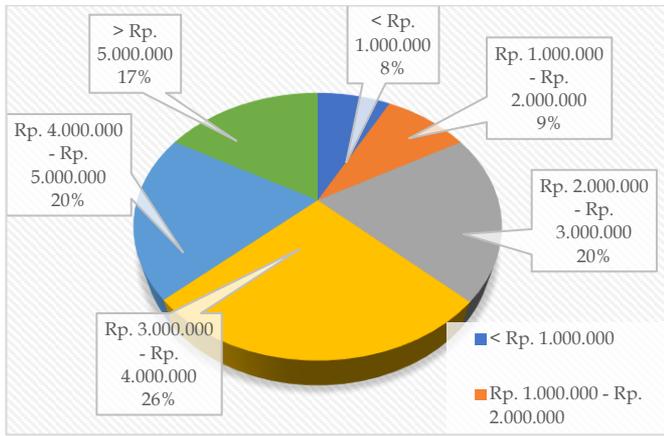
Untuk mengetahui distribusi usia penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, diperlukan data karakteristik responden berdasarkan usia. Berikut ini adalah deskripsi karakteristik responden berdasarkan kelompok usia.



Gambar 2. Diagram Lingkaran Usia

Berdasarkan Gambar 2 yang menunjukkan diagram lingkaran usia responden, diketahui bahwa penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* yang digunakan untuk penelitian ini terdiri dari beberapa kelompok usia. Penumpang berusia 17-25 tahun berjumlah 130 orang atau 32%, penumpang berusia 26-35 tahun berjumlah 146 orang atau 36%, penumpang berusia 36-45 tahun berjumlah 94 orang atau 24%, dan penumpang berusia di atas 45 tahun berjumlah 30 orang atau 8%. Dari hal ini mayoritas yang menjadi penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* berusia 26-35 tahun.

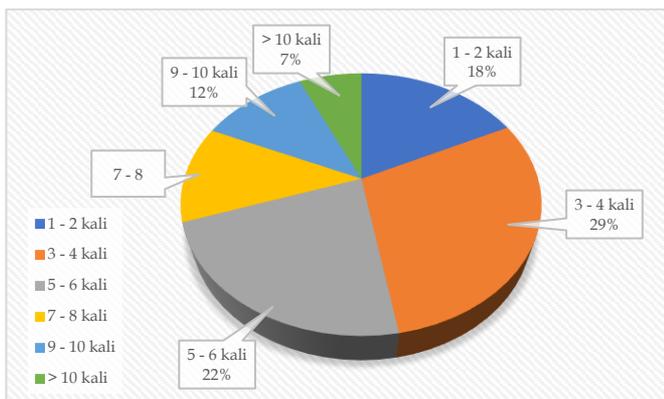
Untuk mengetahui distribusi pendapatan per bulan penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, diperlukan data karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan. Berikut ini adalah deskripsi hasil survei mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan.



Gambar 3. Diagram Lingkaran Pendapatan Per Bulan

Berdasarkan Gambar 3 yang menunjukkan diagram lingkaran pendapatan per bulan penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, diketahui bahwa pendapatan penumpang memiliki variasi sebagai berikut: pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 berjumlah 31 orang (8%), pendapatan Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000 berjumlah 36 orang (9%), pendapatan Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000 berjumlah 81 orang (20%), pendapatan Rp. 3.000.000-Rp. 4.000.000 berjumlah 105 orang (26%), pendapatan Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000 berjumlah 80 orang (20%), dan pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 berjumlah 67 orang (17%). Dari data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* memiliki pendapatan lebih dari Rp. 4.000.000, dengan selisih 5% dari jumlah penumpang yang berpenghasilan lebih dari Rp. 5.000.000.

Untuk mengetahui distribusi frekuensi perjalanan dalam satu tahun bagi penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, diperlukan data karakteristik responden berdasarkan frekuensi perjalanan tahunan. Berikut ini adalah deskripsi hasil survei mengenai karakteristik responden berdasarkan frekuensi perjalanan tahunan.



Gambar 4. Diagram Lingkaran Frekuensi Perjalanan

Berdasarkan Gambar 4, frekuensi perjalanan penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New*

*Generation* dalam satu tahun dapat dijelaskan sebagai berikut: 71 orang (18%) melakukan perjalanan 1-2 kali dalam setahun, 118 orang (29%) melakukan perjalanan 3-4 kali dalam setahun, 90 orang (22%) melakukan perjalanan 5-6 kali dalam setahun, 48 orang (12%) melakukan perjalanan 7-8 kali dalam setahun, 46 orang (12%) melakukan perjalanan 9-10 kali dalam setahun, dan 27 orang (7%) melakukan perjalanan lebih dari 10 kali dalam setahun. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* melakukan perjalanan 3-4 kali dalam satu tahun.

Untuk mengetahui tujuan perjalanan penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, diperlukan data karakteristik responden berdasarkan tujuan perjalanan. Berikut ini adalah deskripsi hasil survei mengenai karakteristik responden berdasarkan tujuan perjalanan.

Menurut Tampil et al., (2017) untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel-variabel dependen dengan melihat nilai signifikansi tabel *Variables in the Equation*.

Hipotesis:

Tolak  $H_0$  : jika nilai > 0,05

Terima  $H_1$  : jika nilai < 0,05

Tabel 3. Variables In The Equation

Step 1 <sup>a</sup>	Variables In The Equation							
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
KUALITAS PELAYANAN	.020	.041	.234	1	.628	1.020	.941	1.106
HARGA	-.185	.063	8.601	1	.003	1.203	1.063	1.361
Constant	-2.147	1.130	3.607	1	.058	.117		

a. Variable(s) entered on step 1 : KUALITAS PELAYANAN, HARGA.

Hasil uji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan yaitu (X1) sebesar 0,628 > 0,05, maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.
2. Nilai signifikansi variabel harga tiket yaitu (X2) sebesar 0,003 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh harga tiket terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

Persamaan regresi:

$$P: \frac{\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})}{1+\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})} \dots (4-1)$$

Berdasarkan persamaan di atas, kemudian dilakukan simulasi dengan memasukkan angka variabel prediktor untuk mengetahui besar peluang minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

1. Simulasi 1, dengan memasukkan kualitas pelayanan sebesar 5 (sangat sesuai) dan harga sebesar 4 (sesuai). Perhitungan dapat dilihat sebagai berikut

$$P: \frac{\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})}{1+\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})}$$

$$P: \frac{\exp(-2.147+0.020*5+0.185*4)}{1+\exp(-2.147+0.020*5+0.185*4)}$$

$$P = 21\%$$

2. Simulasi 2, dengan memasukkan kualitas pelayanan sebesar 5 (sangat sesuai) dan harga sebesar 5 (sangat sesuai). Perhitungan dapat dilihat sebagai berikut

$$P: \frac{\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})}{1+\exp(-2.147+0.020 \text{ kualitas pelayanan}+0.185 \text{ harga})}$$

$$P: \frac{\exp(-2.147+0.020*5+0.185*5)}{1+\exp(-2.147+0.020*5+0.185*5)}$$

$$P = 25\%$$

Berdasarkan analisis probabilitas, ditemukan bahwa peluang penumpang yang berminat untuk menggunakan KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* dengan kualitas pelayanan yang sangat sesuai dan harga yang sesuai adalah sebesar 21%. Selain itu, apabila kualitas pelayanan dan harga keduanya dinilai sangat sesuai, probabilitas penumpang yang menunjukkan minat beli meningkat menjadi 25%. Mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak berkontribusi besar terhadap peluang minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial terhadap Minat Beli Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter (uji parsial T) nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan yaitu (X1) sebesar  $0,628 > 0,05$ . Hasil di atas sejalan dengan penelitian Syahwi & Pantawis, (2021) bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak secara independen mempengaruhi keputusan pembelian terkait harga. Meskipun kualitas pelayanan baik, jika harga terlalu tinggi, penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* cenderung tidak berminat untuk menggunakan layanan tersebut kembali. Namun,

apabila peningkatan harga tidak terlalu signifikan, penumpang masih menganggap harga tersebut terjangkau dan hal ini dapat mempengaruhi minat beli mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* lebih mementingkan faktor harga daripada kualitas pelayanan.

#### Pengaruh Harga Tiket Secara Parsial Terhadap Minat Beli Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga tiket memiliki pengaruh terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter (uji parsial T) nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan yaitu (X2) sebesar  $0,003 < 0,05$ . Hasil di atas sejalan dengan penelitian Deliana & Widhia Rahayu, (2023) yang menunjukkan bahwa harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli yang membuat banyak konsumen mempunyai minat beli yang lebih besar untuk memilih jasa pada angkutan yang ditawarkan perum Damri Cabang Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga tiket KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli penumpang. Mayoritas responden menunjukkan minat beli yang tinggi karena harga tiket yang ditawarkan, beserta peningkatan layanan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero), masih dianggap terjangkau.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Secara Simultan terhadap Minat Beli Penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter (uji F simultan), diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap minat beli sebesar  $0,001$ . Nilai signifikansi ini lebih kecil dari  $0,05$ , yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil di atas sejalan dengan penelitian Deliana & Widhia Rahayu, (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap minat beli penumpang di Perum Damri Cabang Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan dan semakin terjangkau harga tiket, semakin besar minat beli penumpang yang dihasilkan.

## Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*, maka dapat ditarik kesimpulan ialah, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu bukti nyata (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dari kelima indikator tersebut, keandalan dan keyakinan memiliki nilai tertinggi. Oleh karena itu, kinerja petugas harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang mencakup ketepatan waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, akurasi tinggi, serta pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Variabel harga tiket berpengaruh secara parsial terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan harga tiket yang ditawarkan serta peningkatan layanan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero), layanan tersebut masih dianggap terjangkau. Variabel kualitas pelayanan dan harga tiket berpengaruh secara simultan terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan dan semakin terjangkau harga yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin meningkat pula minat beli penumpang.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat memberikan saran untuk perusahaan PT.KAI dapat memberikan pelatihan secara berkala kepada petugas, seperti kondektur, polisi khusus kereta api (Polsuska), *customer service on train*, serta 51 pramugara/pramugari yang berinteraksi langsung dengan penumpang, untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan layanan pelanggan. Selain itu, PT.KAI harus meningkatkan sistem penanganan terkait kebersihan, kenyamanan fasilitas kereta api, termasuk tempat duduk, bagasi, toilet, pengatur sirkulasi udara/AC, lampu, dan *Public Information Display System* (PIDS) seperti tampilan jam dan suhu, juga harus dijaga dengan baik untuk memastikan kenyamanan penumpang selama perjalanan.

Lalu untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah atau mengeksplorasi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yang berpengaruh terhadap minat beli penumpang KA Jayabaya Kelas Ekonomi *New Generation*.

## Referensi

- Afidah, A. R. R. (2023). Pengaruh produk, harga, dan efektivitas layanan terhadap minat beli tiket tarif khusus pada PT Kereta Api Indonesia. *UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Ahmadi, T. A. (2019). Evaluasi layanan transportasi publik kereta rel listrik commuter line di jabodetabek. *Universitas Negeri Semarang*.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen di cafe semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522-529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Alghofari, A. K., & Haryanto, M. D. (2017). Perancangan Kursi Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi (K-3) dengan Menggunakan Pendekatan Ergonomi (Studi Kasus: PT. XYZ). *Seminar Nasional IENACO - 2017*, 3(2016), 221-228. <http://umbidharma.org/jipp>
- Fajar, R., Febrianto, A., Ratnaningsih, D., & Kurniawan, A. M. (2023). Evaluasi Kinerja Angkutan Kereta Api Jayabaya Kelas Eksekutif Relasi Stasiun Malang-Stasiun Gubeng Surabaya. *Jurnal Online Skripsi*, 4(3), 166-171. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jos-mrk>
- Gemilang, H. (2023). Makin Nyaman, Begini "Dalaman" Kereta Ekonomi Generasi Terbaru. *Detikoto*. <https://oto.detik.com/berita/d-6954765/makin-nyaman-begini-dalaman-kereta-ekonomi-generasi-terbaru>
- Hamami, N. (2023). Kereta Ekonomi *New Generation* Mulai Beroperasi di KA Jayabaya: Hasil Modifikasi KAI (3 - Habis). *Kereta*. <https://kereta.republika.co.id/posts/237770/kereta-ekonomi-new-generation-mulai-beroperasi-di-ka-jayabaya-hasil-modifikasi-kai-3-habis>
- Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indomarco Adi Prima cabang medan stok point nias kota gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106-115.
- Jefri, K. (2021). Analisis pengaruh gambar, Fasilitas Pelabuhan Dan Harga Tiket Penumpang KMC. *Express Bahari 6F (Studi Kasus Pada PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur Rute Karimunjawa - Jepara)*. <http://repository.unimar-amni.ac.id/3325/>
- Marlena, E. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api dalam perspektif ekonomi islam (studi pada konsumen PT KAI (persero) stasiun tanjung karang bandar lampung). *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.