

ABSTRAK

Perkembangan internet memberikan pengaruh yang cukup besar bagi sistem bisnis suatu perusahaan, peranan internet dalam bisnis perkereta-apian yaitu mengubah sistem pembelian tiket secara manual menjadi pembelian tiket secara *online*. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meningkatkan pelayanan dalam proses pembelian tiket secara *online* agar terciptanya kepuasan konsumen. Berdasarkan wawancara kepada 30 responden pada tanggal 3 Januari 2015 di Stasiun Kebon Kawung Bandung, dengan adanya sistem baru tersebut banyak menimbulkan permasalahan yang dihadapi oleh PT. KAI yaitu kurang lancarnya pembelian tiket kereta api seperti sistem web yang error.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan *online reservation ticket* terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT. KAI. Variabel bebas (X) dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan *online reservation ticket* sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian deskriptif dan metode analisis regresi linier sederhana. Menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, teknik *sampling* yang digunakan *incidental sampling* disebar kepada 100 responden dengan populasi 88.691.733.

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas pelayanan *online reservation ticket* pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mencapai nilai 82,07%. Hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanan *online reservation ticket* pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) termasuk dalam kategori baik. Kepuasan konsumen pengguna layanan jasa *online reservation ticket* pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mencapai nilai 82,68%. Hal tersebut menunjukkan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori baik atas pelayanan situs *e-ticketing* (*website* resmi PT. KAI).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil pengujian koefisien determinasi bahwa kualitas pelayanan *online reservation ticket* (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,091 atau 9,10%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *online reservation ticket* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT. KAI.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan *online reservation ticket*, PT. Kereta Api Indonesia.