

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan jasa menurut Wyckop adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun demikian meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Dengan kata lain, dalam menetapkan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan, juga harus melihat tersedianya sumberdaya yang memadai dalam perusahaan.

Kasmir (2017: 47) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi.

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan teori di atas maka dapat diambil bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan layanan jasa yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses yang diberikan oleh produsen untuk memenuhi harapan konsumen.

2.2 Pelayanan Jasa

Secara sederhana, istilah Service bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Ada tiga kata yang dapat mengacu pada istilah tersebut, yakni

jasa, layanan dan servis. Sebagai jasa, Service umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik atau sektor industri, seperti pendidikan, kesehatan, asuransi, perbankan, dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah Service menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.2.1 Konsep Layanan dalam Industri Transportasi Kereta Api

Martin dalam (Samuel dan Wijaya, n.d. 2018) bukunya yang berjudul “*Managing Quality Customer Service*” menyebutkan tujuh area standar yang digunakan dalam dimensi prosedural kualitas layanan adalah:

1. *Timing*, Standar waktu yang ditetapkan perusahaan untuk menyajikan pelayanan kepada pelanggan kereta api. Pada artikel yang ditulis oleh Hidayat dalam Harian Pikiran Rakyat, standar yang ditetapkan oleh PT KAI untuk jadwal kereta berangkat adalah nol menit, artinya kereta api tidak diperkenankan terlambat berangkat, sedangkan untuk ketibaan, ditetapkan 10 menit.
2. *Flow*, Komponen–komponen dalam penyampaian layanan harus dapat berkoordinasi dan bekerja sama satu sama lain serta menyampaikannya kepada pelanggan.

3. *Accommodation*, Kefleksibelan sistem yang diterapkan oleh perusahaan untuk diaplikasikan kepada permintaan konsumen yang beraneka ragam.
4. *Anticipation*, Perusahaan harus mampu mengantisipasi kebutuhan konsumen bahkan sebelum konsumen menyadarinya.
5. *Communication*, Membentuk komunikasi yang efektif dan efisien dari perusahaan kepada konsumen agar penyampaian layanan dapat optimal.
6. *Customer feedback*, Timbal balik dari konsumen sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
7. *Organization dan supervision*, Sebuah perusahaan memerlukan struktur organisasi yang baik dan optimal, serta melakukan supervisi dalam proses penyampaian layanan.

Selain itu terdapat tujuh area standar yang digunakan dalam dimensi personal kualitas pelayanan adalah:

1. *Appearance*, Penampilan service person dalam menyampaikan layanannya kepada pelanggan, baik pekerja yang ada di stasiun maupun di gerbong.
2. *Attitude*, Bahasa tubuh dan intonasi yang digunakan dalam menyampaikan service ke konsumen. Hal ini meliputi kontak mata, senyuman, serta postur tubuh dan tangan.
3. *Attentiveness*, Memperhatikan setiap pelanggan pada kebutuhan dan keinginan mereka yang spesial dan unik.
4. *Tact*, Berkomunikasi dengan konsumen tidak hanya dalam hal menyampaikan pesan yang tepat ke konsumen, tetapi juga harus memperhatikan pemilihan kata-kata yang tepat.
5. *Guidance*, Konsumen memerlukan bantuan dari para pekerja baik seperti dalam hal memberikan saran dan bimbingan mengenai layanan yang diberikan perusahaan.

6. *Selling skills*, Kemampuan menjual merupakan bagian layanan yang mengusahakan, memfasilitasi, dan meningkatkan penjualan yang harus dimiliki oleh seluruh staf.

7. *Gracious problem solving*, Komplain yang diberikan oleh konsumen harus ditanggapi dengan baik agar dapat mengembalikan kepuasan konsumen yang berkurang.

Menurut Cavana & Corbett, dalam (Samuel dan Wijaya, 2018) menjabarkan konsep kualitas layanan Kereta Api ke dalam 6 dimensi dengan atribut – atributnya sebagai berikut:

1. *Assurance*, Kesopanan petugas stasiun dan kereta, pemberitahuan mengenai keterlambatan, keamanan personal pada stasiun dan kereta, pengetahuan petugas dalam menjawab pertanyaan, mampu memberikan informasi mengenai perusahaan.
2. *Empathy* : Keramahan dalam memberikan keterangan, memahami kebutuhan konsumen, mengutamakan kebutuhan pelanggan.
3. *Reliability* : Menyediakan pelayanan yang on-time, memenuhi jadwal kereta yang telah dijanjikan, keterandalan dalam menangani masalah yang timbul, menyediakan pelayanan yang terbaik sejak pertama kali.
4. *Responsiveness* : Ketersediaan untuk membantu, layanan yang cepat dan tepat, ketersediaan staf untuk melayani permintaan pelanggan.
5. *Tangible*: Penampilan staf yang rapi dan profesional di stasiun dan kereta, kejelasan informasi, kebersihan stasiun dan kereta, penampilan stasiun yang modern, penampilan secara keseluruhan.
6. *Comfort*: Ketersediaan tempat duduk, kenyamanan tempat duduk, kenyamanan temperatur ruangan dan gerbong, kenyamanan selama perjalanan, kehalusan mesin.

2.3 Keamanan

Menurut Simons dalam Ahmad dan Pambudi (2014: 5) Keamanan informasi adalah bagaimana dapat mencegah suatu penipuan (*cheating*) atau mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana

informasinya tidak memiliki suatu arti fisik. Menurut Casalo. dkk., dalam Ahmad dan Pambudi (2014: 5) dari sudut pandang konsumen keamanan adalah suatu kemampuan untuk melindungi data, informasi maupun keamanan seorang konsumen dalam perjalanan dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis jasa.

Keamanan merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan oleh pemilik perusahaan, keamanan sendiri adalah aspek terpenting dalam system informasi. Keamanan adalah kemampuan perusahaan yang melakukan pengontrolan dan penjagaan perusahaan transportasi. Keamanan sistem harus dipertanggung jawabkan dan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen, agar dapat melakukan perjalanan dengan aman dan nyaman (Park dan Kim 2016).

Keamanan yaitu standar minimal yang harus dipenuhi untuk terbatasnya pengguna jasa dari gangguan perbuatan melawan hukum dan rasa takut. Ada dua dimensi yang mengacu pada keamanan transportasi yaitu:

1. Kondisi kendaraan Kondisi kendaraan yaitu dimana kendara itu bagus atau tidak bagus perawatannya.
2. Aman dari tindak kriminal Perusahaan bertanggung jawab atas keamanan dari tindak kriminal yang ada di stasiun.

Ada beberapa keamanan yang ada di transportasi kereta api, meliputi :

- a. Keamanan stasiun dan fasilitas pendukung stasiun meliputi : Petugas keamanan, Informasi gangguan keamanan
- b. Keamanan di dalam kereta api meliputi : Tanda pengenal masinis, polsuska, lampu isyarat tanda bahaya

2.4 Teori Jasa Transportasi

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Menurut UU No. 42 Tahun 2009 dalam Pasal 1, yang dimaksud dengan jasa adalah setiap kegiatan pelayanan yang berdasarkan suatu perikatan atau

perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang, fasilitas, kemudahan, atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan.

Transportasi juga dijadikan sebagai salah satu dari bagian perkembangan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Terjadi perkembangan yang signifikan terhadap jumlah permintaan transportasi disetiap tahunnya (Parmana dan Prihatini, 2017).

Menurut Jones and Murrell (2018), Transportasi adalah sistem fisik dan organisasi yang digunakan untuk memindahkan orang, barang, atau informasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya melalui moda transportasi tertentu seperti kendaraan bermotor, kapal, pesawat terbang, atau kereta api.

Penggunaan jasa transportasi kereta api saat ini meningkat dalam perjalanannya beberapa factor yang memengaruhinya seperti kualitas pelayanan dan keamanan serta kenyamanan yang diterapkan oleh PT. kereta api dan juga kereta api mengangkut banyak penumpang dengan kereta ekonomi sebanyak 530 penumpang.

2.5 Transportasi Kereta Api

Menurut Peraturan Menteri Perhubungan No. 32 Tahun 2011, kereta api adalah sarana perkeretaapian dengan tenaga gerak yang dapat dioperasikan sendiri atau digabungkan dengan sarana perkeretaapian lain yang bergerak di sepanjang rel. Transportasi kereta api memiliki kelebihan dan kekurangan dalam menjalankan fungsinya sebagai alat transportasi barang dan / orang.

Menurut Utomo dalam (Aisah, dkk 2021) terdapat beberapa karakteristik keunggulan angkutan kereta api antara lain:

1. Menyediakan rangkaian layanan transportasi untuk barang dan orang untuk jarak pendek, sedang, dan jauh dengan kapasitas angkut yang besar.
2. Penggunaan energi relatif kecil.
3. Keandalan keamanan perjalanan lebih baik daripada moda lainnya, dikarenakan mempunyai jalur tersendiri.

4. Mempunyai kehandalan waktu.
5. Polusi, getaran, dan kebisingan relatif kecil. Selain beberapa keunggulan yang dimilikinya, kereta api juga memiliki kelemahan.

Menurut Utomo dalam (Aisah dkk, 2021) terdapat beberapa karakteristik kelemahan angkutan kereta api:

1. Memerlukan sarana dan prasarana khusus yang tidak dapat digunakan oleh moda transportasi lain, oleh karena itu perlu disediakan moda transportasi khusus (gerbang dan lokomotif).
2. Kereta api membutuhkan penanganan khusus selama perawatan, maka biaya investasi yang dikeluarkan cukup tinggi.
3. Pelayanan jasa orang/barang hanya terbatas pada jalurnya (tidak door to door).

2.6 Pengertian Kereta Api

Kereta api adalah sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang bergerak di rel. Kereta api umumnya terdiri dari lokomotif yang dikemudikan oleh tenaga manusia yang disebut masinis dengan bantuan mesin dan rangkaian kereta atau gerbong sebagai tempat pengangkutan barang dan atau penumpang. Rangkaian kereta atau gerbong tersebut berukuran relatif luas sehingga mampu memuat penumpang atau barang dalam skala yang besar. Karena sifatnya sebagai angkutan massal efektif, beberapa negara berusaha memanfaatkannya secara maksimal sebagai alat transportasi utama angkutan darat baik di dalam kota, antarkota, maupun antarnegara.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian, perkeretaapian adalah satu kesatuan sistem yang terdiri atas prasarana, sarana, dan sumber daya manusia, serta norma, kriteria, persyaratan dan prosedur untuk penyelenggaraan transportasi kereta api. Dalam pasal 3 disebutkan bahwa perkeretaapian diselenggarakan dengan tujuan untuk memperlancar perpindahan orang dan/atau barang secara massal dengan

selamat, aman, nyaman, cepat dan lancar, tepat, tertib dan teratur, efisien serta menunjang pemerataan, pertumbuhan, stabilitas, pendorong dan penggerak pembangunan nasional.

Perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi memiliki karakteristik dan keunggulan khusus terutama dalam kemampuannya untuk mengangkut, baik orang maupun barang secara massal, menghemat energi, menghemat penggunaan ruang, mempunyai faktor keamanan yang tinggi, memiliki tingkat pencemaran yang rendah, serta lebih efisien dibandingkan dengan moda transportasi jalan untuk angkutan jarak jauh dan untuk daerah yang padat lalu lintasnya, seperti angkutan perkotaan (Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian).

2.7 Wisatawan

Menurut Weaver dan Lawton (2014), Wisatawan adalah seseorang yang sengaja melakukan perjalanan ke suatu tempat dengan tujuan liburan, rekreasi, bisnis, atau kepentingan lainnya.

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (UU nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu tidak lama atau hanya menetap.

2.8 Keputusan Wisatawan

Menurut Sudaryono (2016:99) semua peneliti rata-rata mengartikan keputusan adalah sebuah pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif

pilihan. Artinya, orang yang mengambil keputusan harus memiliki sebuah pilihan dari banyak alternatif yang tersedia.

Menurut Kotler & Armstrong (2016) Keputusan wisatawan merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015) bahwa keputusan pembelian wisatawan konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Berdasarkan dari penjelasan diatas Keputusan wisatawan merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Kotler dan Keller (2016:194) mengemukakan keputusan pembelian wisatawan memiliki dimensi sebagai berikut:

1. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

2. Pilihan merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri.

3. Pilihan penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, dan keluasaan tempat.

4. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

5. Jumlah pembelian

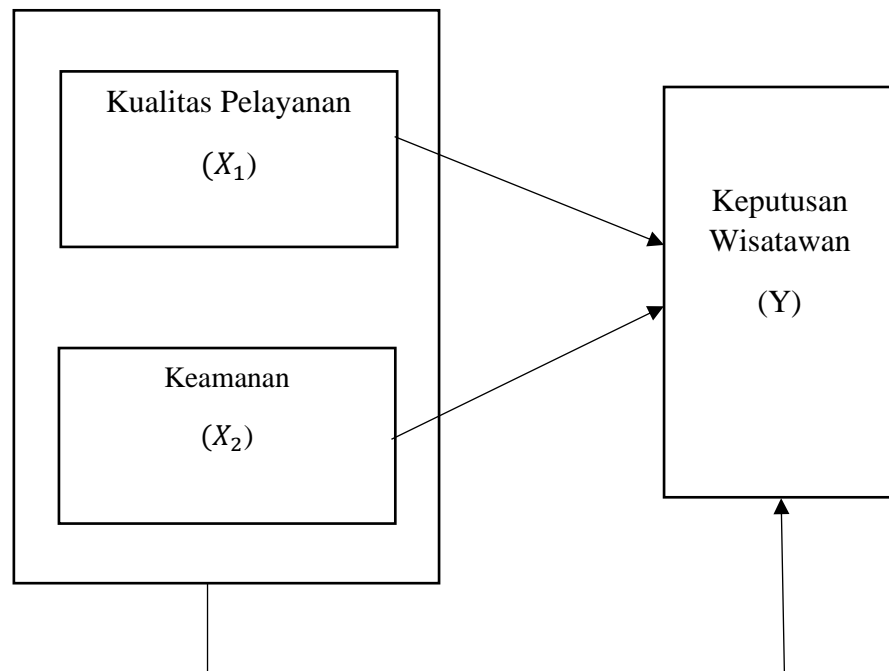
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat, pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

6. Metode pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi tidak hanya aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

2.9 Kerangka Berpikir

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka pemikiran melalui gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.

Sumber: Penulis, 2023.

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2020).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api berpengaruh terhadap keputusan wisatawan

H2 : Keamanan jasa transportasi kereta api berpengaruh terhadap keputusan wisatawan

H3 : Kualitas pelayanan dan keamanan jasa transportasi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah acuan atau perbandingan yang dijadikan sebagai standar terhadap penelitian yang diteliti. Untuk itu peneliti melakukan kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa skripsi, tesis, dan jurnal-jurnal melalui internet yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1

No	Penulis	Judul Artikel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Juliyanto. Dkk 2019)	Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dearah Operasi VII Madiun)	Kualitatif deskriptif	Strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api yang diterapkan PT. DAOP VII Madiun adalah memperbaiki kualitas pelayanan terkait dengan tujuan perusahaan yaitu ketepatan waktu, keselamatan, pelayanan dan kenyamanan
2.	(Setyo Oktaria & Priyanto, n.d. 2019)	An Analysis of Public Service Policy on Rail Transport Passenger in Malang Station	Deskriptif Kualitatif	According to the satisfaction level, train passengers at Malang City station are satisfied with the services provided under the implementation of the health protocol in the new normal era. This gives passengers comfort in

		in this New Normal Era		utilizing railway transportation for travelling. Hence, one of the indicators that cause passengers to feel uncomfortable is the verification system enforcement of the PCR medical test result which is inconvenient for some passengers. Several passengers mentioned some critics and suggestions such as by providing affordable COVID-19-PCR test facilities at the station.
3.	(Ismianingtyas & Agustina, 2017)	Kualitas Pelayanan Transportasi Di Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Kabupaten Sidoarjo	Kualitatif	Pembahasan dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT KAI DAOP (Daerah Operasi) VIII stasiun Sidoarjo sudah efektif. Hanya saja untuk jumlah mesin CTM (Cetak Tiket Mandiri) dan fasilitas ruang tunggu masih kurang terutama untuk hari libur, Stasiun Sidoarjo juga belum bisa melayani tiket rombongan, tiket kereta api lokal belum bisa dibeli melalui online. Selain itu waktu untuk pemesanan tiket online maksimal H-2 sebelum keberangkatan ini menurut penumpang terlalu cepat.
4.	(Wiwik Andayani 2017)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya)	Kuantitatif	Hasil regresi dari kedelapan dimensi secara parsial maka dimensi 2 (informasi yang cepat dan jelas), dimensi 4 (ketepatan waktu), dimensi 5 (fasilitas fisik), dimensi 7 (fasilitas penunjang dalam KA) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dimensi 1 (kesan), dimensi 3 (pelayanan sesuai informasi), dimensi 8 (sistem pelayanan) dan dimensi 8 (tempat duduk) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk menentukan dimensi kualitas pelayanan yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen maka dimensi 7 (fasilitas penunjang dalam KA) merupakan dimensi yang dominan dibandingkan dimensi lainnya.

5.	(Semuel & Wijaya, n.d. 2018)	Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya	Kuantitatif	Berdasarkan seluruh pembahasan penelitian ini, maka dapat disimpulkan hasilnya bahwa kualitas layanan dan nilai yang diberikan PT. KAI dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, dan juga kepuasan konsumen dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Namun kepercayaan akibat kepuasan konsumen yang berdampak pada kepercayaan belum dapat berkelanjutan pada loyalitas.
6.	(Arizzal Maulana Primayandi ,dkk (2022)	Analisis Persepsi Penumpang Kereta Api Jarak Jauh Terhadap Keamanan dan Kualitas Layanan di Stasiun Bandung	Kuantitatif	Hasil analisis data menunjukkan bahwa penumpang memiliki persepsi yang positif terhadap layanan kereta api jarak jauh di Stasiun Bandung. Kepuasan penumpang tersebut diciptakan melalui keamanan dan kualitas layanan yang sudah diterapkan oleh PT KAI yang dengan sangat baik mengatasi masalah dampak pandemi COVID-19 bagi pengguna layanan kereta api jarak jauh. Meski demikian, perusahaan harus tetap memperhatikan kemungkinan adanya isu kesehatan baru. Kemudian, fasilitas dan kualitas layanan yang mumpuni mampu memberikan kenyamanan yang signifikan sehingga tingkat kepuasan penumpang dapat sangatlah baik. A
7.	(Eva Ruswida, dkk 2021)	Pengaruh Faktor Keamanan Jasa Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi AC Penataran Surabaya-Malang-Blitar	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini Keamanan merupakan topik yang luas termasuk keamanan dalam bertransportasi, keamanan rumah tangga dari maling, keamanan komputer dari hacker dan cracker dan sebagainya.
8.	(Moch Bayu Mahmudi 2018)	Analisis Pengaruh HargaTiket, Fasilitas,	Kuantitatif	Hasil dari peneliti ini untuk mengetahui apakah harga tiket, fasilitas, aksesibilitas, dan keamanan berpengaruh terhadap

		Aksesibilitas, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Kwereta Api		keputusan penumpang dalam memilih jasa kereta api ekonomi ac kalijaga jurusan Semarang-Solo. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang pernah menggunakan jasa kereta api kalijaga jurusan Semarang-Solo.
9.	(Syukriyan Abrar Syah, dkk 2018)	Faktor Keputusan Wisatawan Pengguna Transportasi Laut Dari Bali ke Gili Trawangan	Kuantitatif	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam penggunaan transportasi laut dari Bali menuju Gili Trawangan menghasilkan tiga faktor terbentuk dengan 18 variabel didalamnya. Antara lain: Faktor yang pertama yaitu kualitas pelayanan, terdiri dari: (1) Keandalan, (2) Tanggung Jawab, (3) Kepercayaan, (4) Ketanggapan, (5) Keamanan, (6) Penyampaian Jasa, (7) Komunikasi, (8) Citra dan Reputasi, (9) Kemudahan Tiket, dan (10) Kemudahan Pembayaran. Faktor kedua yaitu biaya dan kemudahan, terdiri dari: (1) Kecepatan, (2) Kemudahan Informasi, (3) Tepat Waktu, (4) Keramahan, dan (5) Harga. Faktor ketiga yaitu Kualitas Produk, terdiri dari: (1) Memahami Pelanggan, (2) Fasilitas
10.	(Nora Ronia Pangaribuan 2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan transportasi berbasis aplikasi di PT. Gojek Indonesia	Kuantitatif	Hasil penelitian ini dikuatkan dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa wisatawan menggunakan aplikasi GoJek karena sudah mendapatkan referensi dari teman atau kenalan yang sudah pernah menggunakan GoJek baik di Bali ataupun luar Bali. Terdapat juga alasan budaya yang sudah terbiasa dalam memesan atau membeli secara online. Faktor persaingan harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi karena wisatawan merasa lebih murah menggunakan GoJek dibandingkan ojek-ojek pangkalan ataupun taksi. Wisatawan lebih menyukai harga yang pasti yang ditampilkan

				aplikasi GoJek daripada harus tawar-menawar pada ojek-ojek pangkalan dengan harga yang tidak pasti.
--	--	--	--	---

Penelitian terdahulu oleh Julianto dkk (2019) dengan judul Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VII Madiun) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif penelitian ini berlokasi di Madiun dan hasil penelitiannya yaitu memperbaiki kualitas pelayanan terkait dengan tujuan perusahaan yaitu ketepatan waktu, keselamatan, pelayanan kenyamanan. Penelitian terdahulu oleh Setyo Oktaria dan Priyanto (2019) dengan judul *An Analysis of Public Service Policy on Rail Transport Passenger in Malang Station in this New Normal Era* dengan metode penelitian kualitatif penelitian ini berlokasi di terminal malang dan hasil penelitiannya Hence, one of the indicators that cause passengers to feel uncomfortable is the verification system enforcement of the PCR medical test result which is inconvenient for some passengers. Penelitian terdahulu oleh Ismianingtyas dan Agustina (2017) dengan judul Kualitas Pelayanan Transportasi di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kabupaten Sidoarjo dengan metode penelitian kualitatif penelitian ini berlokasi di kabupaten Sidoarjo dan hasil penelitiannya yaitu pelayanan yang diberikan oleh PT KAI DAOP VIII stasiun Sidoarjo sudah efisien

Penelitian terdahulu oleh Wiwik (2017) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya dengan metode penelitian kuantitatif penelitian ini berlokasi di Surabaya dan hasil penelitiannya yaitu kualitas pelayanan yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen fasilitas penunjang dalam KA .Penelitian terdahulu oleh Semuel dan Wijaya (2018) dengan judul *Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty* Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya dengan metode penelitian deskriptif konklusif penelitian ini

berlokasi di Surabaya dan hasil penelitiannya, yaitu kualitas layanan dan nilai yang diberikan PT.KAI dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen-konsumen dan kemudian berdampak pada kepercayaan serta kepuasan konsumen dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

Penelitian terdahulu oleh Primayandi, dkk (2022) dengan judul Analisis Persepsi Penumpang Kereta Api Jarak Jauh Terhadap Keamanan dan Kualitas Layanan di Stasiun Bandung penelitian ini berlokasi di Bandung dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan hasil penelitiannya yaitu Hasil analisis data menunjukkan bahwa penumpang memiliki persepsi yang positif terhadap layanan kereta api jarak jauh di Stasiun Bandung. Kepuasan penumpang tersebut diciptakan melalui keamanan dan kualitas layanan yang sudah diterapkan oleh PT KAI yang dengan sangat baik mengatasi masalah dampak pandemi COVID-19 bagi pengguna layanan kereta api jarak jauh. Meski demikian, perusahaan harus tetap memperhatikan kemungkinan adanya isu kesehatan baru. Penelitian terdahulu oleh Eva Ruswida (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Keamanan Jasa Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi AC Penataran Surabaya-Malang-Blitar penelitian ini berlokasi di Surabaya-Malang-Blitar dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan hasil penelitiannya yaitu Berdasarkan hasil penelitian ini Keamanan merupakan topik yang luas termasuk keamanan dalam bertransportasi, keamanan rumah tangga dari maling, keamanan komputer dari hacker dan cracker dan sebagainya.

Penelitian terdahulu oleh Mahmudi (2018) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Kereta Api penelitian ini menggunakan metode kuantitatif penelitian ini berlokasi Semarang-Solo dan hasil penelitiannya yaitu Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui apakah harga tiket, fasilitas, aksesibilitas, dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa kereta api ekonomi ac kalijaga jurusan Semarang-Solo. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang pernah menggunakan jasa kereta api kalijaga jurusan Semarang-Solo.

Penelitian terdahulu oleh Syukrian, dkk (2018) Faktor Keputusan Wisatawan Pengguna Transportasi Laut Dari Bali ke Gili Trawangan penelitian ini berlokasi pada Lombok dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan hasil penelitiannya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam penggunaan transportasi laut dari Bali menuju Gili Trawangan menghasilkan tiga faktor terbentuk dengan 18 variabel didalamnya. Penelitian terdahulu oleh Nora Ronia (2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan transportasi berbasis aplikasi di PT. Gojek Indonesia penelitian ini berlokasi di Bali dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan hasil penelitiannya yaitu Hasil penelitian ini dikuatkan dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa wisatawan menggunakan aplikasi GoJek karena sudah mendapatkan referensi dari teman atau kenalan yang sudah pernah menggunakan GoJek baik di Bali ataupun luar Bali. Terdapat juga alasan budaya yang sudah terbiasa dalam memesan atau membeli secara online. Faktor persaingan harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi karena wisatawan merasa lebih murah menggunakan GoJek dibandingkan ojek-ojek pangkalan ataupun taksi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu fokus nya pelayanan jasa kereta api sebagai moda transportasi awal keberangkatan wisatawan, adapun perbedaannya yaitu terdapat pada teori yang digunakan, metode yang digunakan dan objek yang diteliti/lokasi yang diteliti berbeda. Keterbaruan dari penelitian ini yaitu terciptanya kualitas pelayanan dan keamanan jasa kereta api yang baik untuk minat wisatawan (Palembang-Tanjung Karang).