PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)

(Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)



Skripsi Oleh:

RAMAYANI MUNINGSIH
01091001010
Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

S (8.8342) Rom

2500 /26061

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)

2013

(Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)





Skripsi Oleh:

RAMAYANI MUNINGSIH
01091001010
Manajemen

Diajukan Sebagai Saluh Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

2013

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)

Disusun Oleh:

Nama

: RAMAYANI MUNINGSIH

NIM

: 01091001010

Fakultas

: EKONOMI

Bidang Kajian/Konsentrasi

: MANAJEMEN PEMASARAN JASA /

MANAJEMEN PEMASARAN

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 31 Oktober 2013

Ketua

Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A NIP.196311151988102001

Tanggal: 1 November 2013

Anggota:

Dra. Hj. Suhartini Karim, MM NIP.1952102019811032002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)

Disusun Oleh:

Nama

: RAMAYANI MUNINGSIH

NIM

: 01091001010

Fakultas

: EKONOMI

Bidang Kajian/Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN JASA /

MANAJEMEN PEMASARAN

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 21 November 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

> Panitia Ujian Komprehensif Inderalaya, 22 November 2013

Ketua,

Anggota,

Anggota,

Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A Dra. Hj. Suhartini Karim, MM Dra. Hj. Rusmiati

NIP.196311151988102001

NIP.1952102019811032002

NIP.195504011983032001

Mengetahui, Ketua Jurusan

Dr. Mohamad Adam, SE, ME NIP.196706241994021002

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa

: Ramayani Muningsih

NIM

: 01091001010

Jurusan

: Manajemen

Bidang Kajian

: Manajemen Pemasaran Jasa

Fakultas

: Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul: PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)

Pembimbing:

Ketua

: Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

Anggota

: Dra. Hj. Suhartini Karim, MM

Tanggal Ujian: 21 November 2013

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 22 November 2013 Pembuat Pernyataan,

D8AFDABF6433083

Ramayani Muningsih 01091001010

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

المُستندُ يِتَدِرَبُ الْمُستَلِينَ ۞

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam Al- Faatiha -2

Kamu tidak akan bisa merubah kesalahan kemarin, tapi kamu akan bisa merubah yang baru dengan cermin kesalahan kemarin

-Mario Teguh-

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

Kedua Orang Tuaku Tercita
Saudara-Saudaraku
Sahabat-Sahabatku
Masa Depanku
Almamaterku FE Unsri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)". Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh Faktor Psikologis yang diberikan oleh pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tujuan Kertapati – Tanjungkarang terhadap keputusan pembelian tiket *online* konsumen. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

- Allah SWT, atas semua petunjuk, rahmat, ridho, rizki, dan karunia-Mu yang telah diberikan selama ini.
- 2. Ibu Prof. Dr. Badia Parizade. MBA selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
- 3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwah M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 4. Bapak Dr. M. Adam SE, ME. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
- 5. Bapak Welly Nailis SE, MM. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
- 6. Ibu Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A selaku Ketua Pembimbing Skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta

- memberikan nasehat, saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih juga untuk ilmu yang telah Ibu berikan selama ini baik akademik maupun non akademik.
- Ibu Dra. Hj. Suhartini Karim, MM selaku Anggota Pembimbing Skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 8. Ibu Dra. Hj. Rusmiati selaku Dosen Penguji Ujian Komprehensif, terimakasih untuk kritik, saran, masukan dan juga nasehat dari ibu.
- Bapak Drs. H. Mahyunar selaku Dosen Penguji Ujian Komprehensif, terimakasih untuk kritik, saran, masukan dan juga nasehat dari bapak.
- 10. Bapak Apriyadi Cahyadi, SE, MM selaku Dosen Penasehat Akademik, terimakasih untuk kritik, saran, masukan dan juga nasehat dari bapak.
- 11. Semua Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- 12. Kedua orang tuaku tercinta "Baijuri dan Etty Setiati" terima kasih untuk kasih sayang, do'a, materiil, dukungan, semangat, bimbingan, perhatian dan pengorbanan yang begitu besar dalam hidupku, semoga tuhan memberi kesempatan kepada kami anak-anakmu ini untuk membahagiakan ayah dan ibuk higga akhir hayat.
- 13. Saudara-saudaraku (Yusti, Ermy, Mevi, Juan, Vanessa) yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat hingga "gangguan" tiada henti hingga selesainya penulisan skripsi ini. Sahabat bahkan dapat dikatakan yang telah menjadi keluarga: Ayu dan Tami. Teman selama menuntut ilmu

di Inderalaya :Citra, Anggun, Vina, Larasati, Yulis, Resty, tak ada kata

yang dapat mengungkapkan betapa senangnya mempunyai sahabat seperti

kalian, semoga tali silahturahmi kita tetap terjaga hingga menjadi kakek-

nenek nanti dan dapat bernostalgia bersama kegilaan kita selama berada di

kampus Indralaya.

14. Teman seperjuangan pada saat ujian Komprehensif: Stefanus, Vety, Putri,

Lisa. Dan teman-teman Manajemen 09: Ardi, Nanda, Dina, Ika, Ettak,

Yena, dan semua teman-teman Manajemen 09 yang tidak dapat disebut

satu persatu, terima kasih atas kerjasamanya selama ini semoga kelak kita

menjadi orang sukses.

15. Kakak senior Manajemen 2007, 2008 dan junior-junior Manajemen 2010,

2011, 2012 terimakasih atas bantuan, silahturahmi dan pertemanan yang

terjalin, semoga keakraban keluarga besar Manajemen kampus Unsri

Inderalaya tetap terjaga hingga generasi berikutnya.

16. Terimakasih juga kepada Tri Hatmoko yang selalu siap siaga membantu

disaat saya membutuhkan bantuan.

Inderalaya, 22 November 2013

Ramayani Muningsih

iii

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KONSUMEN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)

Oleh: Ramayani Muningsih

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket *online* konsumen kereta api Rajabasa tujuan Kertapati – Tanjungkarang, dan menganalisis faktor yang dominan dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket *online* konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada kereta api Rajabasa tujuan Kertapati – Tanjungkarang. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 85 responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,397% dan sisanya sebesar 60,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari kelima variabel independen yang diajukan yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap diketahui bahwa yang berpenggaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah variabel Keyakinan dan sikap.

Kata kunci: Faktor psikologis, motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap, Keputusan pembelian konsumen

Pembimbing Skripsi:

Ketua

Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

NIP. 196311151988102001

Anggota,

Dra. Hj. Suhartini Karim, MM

NIP. 195210201981132002

Mengetahui Ketua Jurusan

Dr. Mohamad Adam, SE, ME NIP.196706241994021002

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL FACTORS ON THE CUSTOMERS' ONLINE TICKET PURCHASE AT PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)

(Study at Rajabasa's train from Kertapati - Tanjungkarang)

By:

Ramayani Muningsih; Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A;

Dra. Hj. Suhartini Karim, MM

This research was aimed at finding the influence of psychological factors such as motivation, perception, learning, and also belief and attitude. on the customers' decision to buy online Kertapati - Tanjungkaraang tickets at PT. Kereta Api Indonesia (Persero), and determining the most dominant one to do so. The sample consisted of 85 respondents. The findings show that the psychological factors influenced the decision to buy the tickets online 0,397% and the rest 60,3% was influenced by other factors. Of the five factors - motivasion, perception, learning, belief and attitude, the most dominant factors influencing the decision were belief and attitude.

Key words: psychological factors, motivation, perception, learning, belief and attitude, decision consumers

Committee

Chairman,

Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A.

NIP.196311151988102001

Member,

Dra. Hj. Suhartini Karim, MM

NIP.195210201981132002

Acknowledged by

Adam

Dr.Mohamad Adam, SE, ME

NIP.196706241994021002

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa

: Ramayani Muningsih

Jenis Kelamin

: Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : TanjungEnim/31 Maret 1991

Agama

: Islam

Status

: Belum Menikah

Alamat Rumah

: BTN Keban Agung Blok O No.11 TanjungEnim

Alamat Email

: ramayanimuningsih@yahoo.co.id

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar

: SD Negeri 25 TanjungEnim

SLTP

: SMP Negeri 25 Palembang

SMU

: SMA Negeri 9 Palembang

Pendidikan Nonformal : Kursus Komputer di Palcomtech tahun 2011

Pengalaman Organisasi : Entrepreneurship Institute Team (EIT) tahun 2009

Penghargaan Prestasi

UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA

NO. DAFTAR:

140084

TANGGAL : 0 7 JAN 2014

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iv
DAFTAR ISIvii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRANxii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah
1.3 Tujuan Penelitian
1.4 Manfaat Penelitian
1.5 Sistematika Skripsi
BAB II TINJAUAN PUSTAKA12
2.1 Landasan Teori
2.1.1 Ruang Lingkup Jasa12
2.1.1.1 Pengertian Transportasi
2.1.1.2 Jenis Layanan Transportasi
2.1.2 Karakteristik Jasa
2.1.2.1 PerilakuKonsumen
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusankonsumen
2.1.2.3 Tahapan proses pengambilan keputusan

2.2 Penelitian Terdahulu25
2.3 Kerangka Pemikiran
2.4 Hipotesis
Z.4 Impotesis
BAB III METODE PENELITIAN30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian30
3.2 Rancangan Penelitian30
3.3 Sumber Data, Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian30
3.3.1 Jenis dan Sumber Data31
3.3.2 Metode Pengumpulan Data32
3.3.3 Instrumen Penelitian32
3.4 Populasi dan Sampel
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel34
3.5.1 Pengukuran Variabel36
3.6Teknik Analisis
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda39
3.6.2 Analisis Regresi Parsial40
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN42
4.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan
4.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan45
4.3 Arti Logo
4.4 Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN48
5.1 Uji Instrumen Penelitian49
5.1.1 Uji Validitas

5	'n
5.1.2 Uji Reliabilitas5	
5.2 Analisis Frekuensi	
5.2.1 Profil dan Perilaku Responden5	
5.2.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin5	52
5.2.1.2 Frekuensi Usia Responden5	52
5.2.1.3 Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden5	53
5.2.1.4 Profesi UtamaResponden5	54
5.2.1.5 Penghasilan Per bulan Responden5	55
5.2.2 Penilaian Responden5	55
5.2.2.1 Motivasi Responden	56
5.2.2.2 Persepsi Responden	58
5.2.2.3 Pembelajaran Responden	59
5.2.2.4 Keyakinan dan Sikap Responden	51
5.2.2.5 Penilaian Responden	52
5.3Analisis Deskriptif	63
5.4 Hipotesis	67
5.4.1 Uji F	67
5.4.2 Uji t	68
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda	68
5.6 Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	79
6.1 Kesimpulan.	79
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kereta Api Penumpang Di Sumatera Selatan	. 5
Tabel 1.2 Volume Penumpang (orang) Tahun 2012	. 7
Tabel 3.1 Konsep, Variabel, dan Indikator	.35
Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden Jawaban Nilai	.38
Tabel 4.1 Ringkasan Sejarah Perkeretaapian Indonesia	.44
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	.50
Tabel 5.2.1.1 Jenis Kelamin Responden	.52
Tabel 5.2.1.2 Usia Responden	52
Tabel 5.2.1.3 Pendidikan Terakhir Responden	53
Tabel 5.2.1.4 Profesi Utama Responden	54
Tabel 5.2.1.5 Penghasilan Per bulan Responden	55
Tabel 5.2.2.1 Penilaian Responden untuk Motivasi	56
Tabel 5.2.2.2 Penilaian Responden untuk Persepsi	58
Tabel 5.2.2.3 Penilaian Responden untuk Pembelajaran	59
Tabel 5.2.2.4 Penilaian Responden untuk Keyakinan dan Sikap	61
Tabel 5.2.2.5Penilaian Responden	62
Tabel 5.3 Hasil Uji Deskriptif	64
Tabel 5.5.1 Variables Entered	69
Tabel 5.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 5.5.3 Hasil Uji Signifikansi Simultan	71
Tabel 5.5.4 Hasil Uji Signifikansi Parsial	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	. 12
Gambar 2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen	. 17
Gambar 2.3 Hierarki Kebutuhan Maslow	.21
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian	.25
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual	.28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. KAI (Persero), 2013	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Output SPSS	87
Lampiran 3 Agenda Konsultasi	128

BAB I





1.1. Latar Belakang

Perubahan zaman dan perkembangan tingkat aktifitas masyarakat global yang serba cepat ternyata telah membawa perubahan dan tatanan baru dalam segala bidang, termasuk diantaranya adalah perubahan tingkat kebutuhan dan aktifitas ekonomi masyarakat, kondisi ini menuntut masyarakat untuk bekerja dan melakukan segala aktifitasnya secara cepat, tepat dan cermat agar mampu memenuhi segala kebutuhannya. Untuk menunjang terpenuhinya kebutuhan masyarakat dalam memenuhi segala aktifitas tersebut, keberadaan alat transportasi dirasa sangat penting sekali, khususnya alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Di negara kita untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang jasa transportasi umum, pemerintah telah menyediakan berbagai macam jasa transportasi, seperti transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima (Christopher H. Lovelock dan Lauren F. Wright, 2007:5). Dalam berbagai literatur disebutkan bahwa proses keputusan pembelian konsumen merupakan serangkaian kegiatan konsumen yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, proses pembelian dan hasil (perilaku pasca pembelian),

apabila proses keputusan pembelian tersebut sudah diketahui maka akan berimplikasi pada perumusan strategi pemasaran perusahaan yang akan datang.

Seperti proses keputusan pembelian pada umumnya, proses keputusan pembelian penumpang Kereta Api Rajabasa dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu: pertama, Faktor Internal meliputi pengalaman, belajar, kepribadian dan konsep diri, motivasi dan keterlibatan, sikap dan persepsi. Kedua, Faktor Eksternal meliputi Budaya, Sosial, Lingkungan, dan *Marketing Mix* yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang-barang diinginkannya. Mengenai faktor yang dapat mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, salah satunya adalah faktor psikologis konsumen yang secara umum menggambarkan mengenai proses perasaan pribadi atau karakter dari masing-masing individu sebagai akibat dari rangsangan lingkungan (Amirullah, 2002: 35).

Perusahaan sangatlah perlu dalam memahami faktor psikologis konsumen agar bisa mencari strategi yang tepat untuk merangsang konsumen dalam melakukan pembelian. Dimana terdapat empat faktor psikologis utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap (Kotler & Keller, 2008). Adapun pengertian dari masing-masing dimensi faktor psikologis tersebut. Motif adalah kebutuhan cukup mampu mendorong seseorang bertindak. Jadi motivasi dapat dikatakan dorongan suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya tersebut (Kotler & Keller, 2008: 226). Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk

memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler & Keller, 2008: 228). Pembelajaran meliputi perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Ahli teori pembelajaran mengatakan bahwa kebanyakan tingkah laku manusia dipelajari. Pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dorongan, rangsangan, petunjuk respon dan pembenaran (Kotler, 2008: 230). Sedangkan Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap objek atau gagasan tertentu. (Kotler & Keller, 2008: 238).

Kereta Api Indonesia kelas ekonomi sebagai salah satu penyedia jasa transportasi darat yang menurut persepsi masyarakat tarifnya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan transportasi lain ternyata mampu menjadi salah satu alternatif alat transportasi yang banyak diminati masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, antara lain bus atau travel dan kereta api. Akan tetapi bus atau travel memiliki kelemahan seperti jika tingkat mobilitas terlalu tinggi dapat terjadi kemacetan, sedangkan kereta api mempunyai jalur sendiri sehingga tidak terdapat kemungkinan terjadinya kemacetan. Kereta api Indonesia mampu mengangkut penumpang maupun barang dalam jumlah besar tersebut mempunyai keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki alat transportasi lain di satu sisi. Meskipun di sisi lain banyak sekali kelemahannya seperti banyaknya copet baik di stasiun maupun selama dalam perjalanan, penumpang yang berdesak-desakkan, kereta sering

datang terlambat yang mengakibatkan calon penumpang harus rela berjam-jam menunggu, banyaknya penumpang yang tidak mendapatkan tempat duduk dan adanya praktik percaloan. Untuk itu, PT. KAI (Persero) mengeluarkan prosedur baru dengan memecahkan solusi melalui pemesanan tiket dalam jangka waktu lama yaitu dapat membeli tiket kereta api secara *online*. Dengan menerapkan sistem informasi pemesanan tiket *online*, tiket Kereta Api dapat dipesan 90 hari sebelum tanggal keberangkatan yang telah ditentukan untuk semua tujuan (www.kereta-api.co.id).

Namun pada kenyataannya, masih banyak masyarakat pengguna kereta api yang tidak memiliki akses internet. Untuk konsumen yang tidak memiliki akses internet dan mungkin jauh dari stasiun kereta api, dengan adanya pemesanan tiket kereta api online di website PT. KAI www.kereta-api.co.id maka tidak perlu takut lagi kehabisan tiket sehingga bisa secara langsung mengaksesnya secara online, ataupun mendatangi di tempat-tempat terdekat yaitu Channel Alternatif untuk mempermudah tiket kereta api yaitu: Contact Center 121, Agen Resmi Kai, Rail Box (ATM tiket 24 jam), Alfamart, Indomaret, Kantor Pos, Fastpay, Citos Connection, Tiket.com, Aerotic.Ket. Sebagai informasi tambahan, bisa juga menghubungi kantor KAI di nomor telepon (022) 4230031, 4230039, 4230054, atau 021-21391121 dan juga contact center PT. KAI (Persero) di nomor telpon 121 jika menggunakan telpon rumah (021) 121 jika melalui handphone. PT. KAI (Persero) akan terus mengembangkan pelayanan yang mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan.

Sebagai perusahaan yang mengelola perkeretaapian di Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Telah banyak pengoprasian KA penumpangnya, baik KA Utama (Komersil dan non komersil), salah satunya KA Di Sumatera, yaitu:

Tabel 1.1

Kereta Api Penumpang Di Sumatera Selatan (Pulang - Pergi)

	Nama Kereta Api	Relasi	Kelas
1	Sriwijaya	Tanjungkarang - Kertapati	Eksekutif – Bisnis
2	Sindang Marga	Lubuklinggau - Kertapati	Eksekutif – Bisnis
3	Rajabasa	Tanjungkarang - Kertapati	Ekonomi
4	Bukit Serelo	Lubuklinggau - Kertapati	Ekonomi

Sumber: www.kereta-api.co.id, 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa yang menyediakan kelas ekonomi tujuan Tanjungkarang - Kertapati adalah KA Rajabasa. Kereta Api Rajabasa merupakan Kereta Api Ekonomi yang melayani koridor Stasiun Tanjungkarang - Kertapati - Tanjungkarang. Kereta ini diberangkatkan dari Stasiun (untuk tujuan Tanjungkarang) pukul 08.00 WIB dan tiba di Stasiun Tanjungkarang pukul 20.00 WIB. Sedangkan perjalanan sebaliknya dari Stasiun Tanjungkarang (untuk tujuan Palembang) berangkat pukul 20.00 WIB dan tiba di Stasiun Kertapati pukul 08.00 WIB . Kereta Api Rajabasa kelas ekonomi tujuan Kertapati - Tanjungkarang dengan tarif sebesar Rp 15.000 di loket Stasiun Kertapati. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menerapkan kebijakan baru dengan melakukan strategi pemasaran pada tanggal 10 April 2013 menetapkan

perubahan harga Kereta Api Rajabasa kelas ekonomi AC sebesar Rp 40.000. Pada hari-hari tertentu, misalnya hari libur dan tanggal merah maka harga akan mengalami kenaikan sebesar 110% (www.kereta-api.co.id). Untuk pembelian tiket secara online dikenakan tarif agen sebesar Rp 10.000. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka tarif agen Kereta Api Rajabasa Kelas Ekonomi untuk pembelian secara online sebesar Rp 25.000, dan tarif untuk kebijakan baru Kereta Api Rajabasa kelas ekonomi AC sebesar Rp 50.000, dengan membawa dan menunjukkan kartu identitas diri yaitu Kartu Tanda Penduduk (KTP) dengan tujuan agar para penumpang sesuai dengan reservasi tiket Kereta Api Indonesia, juga diharapkan dapat mengurangi praktek percaloan tiket KA (Sumatera Ekspres, 2013: 26)

PT. Kereta Api (KA) melakukan perubahan status dari perusahaan umum menjadi PT. Kereta Api (Persero) memegang hak monopoli atas penyelenggaraan perkeretaapian Indonesia berdasarkan UU No 13/tahun 1992. Selanjutnya PT. Kereta Api (Persero) melakukan perubahan status menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berdasarkan hukum Instruksi Direksi No. 16/OT.203/KA 2010. Untuk memenuhi kebutuhan penumpang akan jasa transportasi yang diperlukan, maka PT. KAI (Persero) Sub Divre III.1 Kertapati Palembang harus mampu menganalisis dan mempelajari perilaku konsumen untuk mengetahui proses keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumennya (www.kereta-api.co.id).

Masih tingginya minat masyarakat terhadap jasa kereta api Rajabasa ini dapat dilihat dari data jumlah penumpang Kereta Api Rajabasa yang didapat dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada bulan Januari 2012 sampai bulan Desember 2012 adalah sebagaimana terdapat dalam tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2 Volume Penumpang (orang) Tahun 2012 Tujuan Kertapati - Tanjungkarang

Bulan	Volume Penumpang KA Sriwijaya Kelas Eksekutif - Bisnis	Volume Penumpang KA Rajabasa Kelas Ekonomi
Januari	9.701	18.782
Februari	10.474	15.440
Maret	9.222	15.322
April	8.862	13.134
Mei	8.874	12.968
Juni	9.356	13.445
Juli	8.721	10.221
Agustus	6.829	8.493
September	6.548	7.383
Oktober	6.677	7.721
November	6.117	6.911
Desember	7.047	7.984

Sumber: St. Besar Kertapati, 2013 PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa volume penumpang Kereta Api Sriwijaya kelas eksekutif - bisnis dengan Kereta Api Rajabasa kelas ekonomi tujuan Kertapati - Tanjungkarang lebih banyak keinginan masyarakat memilih Kereta Api Rajabasa dibandingkan dengan Kereta Api Sriwijaya, karena tarif Kereta Api Rajabasa lebih murah dibandingkan dengan Kereta Api Sriwijaya. Kereta Api Sriwijaya waktu keberangkatannya malam, sedangkan Kereta Api Rajabasa waktu keberangkatannya pagi. Selain itu penumpang lebih banyak dari Kertapati - Tanjungkarang karena bisa langsung ke Jakarta berhenti di stasiun Tanjungkarang daripada tujuan ke Kertapati - Lubuklinggau. Kerjasama

ini sebagai bukti bahwa PT. KAI (Persero) ingin terus berkembang menjadi penyedia jasa angkutan massal perkeretaapian yang berbasis teknologi informasi mengikuti kebutuhan konsumen.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang)".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari berbagai hal yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1. Apakah Faktor Psikologis (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran serta Keyakinan dan Sikap) secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati Tanjungkarang?
- 2. Faktor mana yang dominan diantara Faktor Psikologis (Motivasi, Persepsi, Permbelajaran serta Keyakinan dan Sikap) dalam mempengaruhi pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati Tanjungkarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

 Untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, serta Keyakianan dan Sikap) secara simultan dan parsial terhadap pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang.

2. Untuk mengetahui faktor yang dominan diantara faktor psikologis (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran serta Keyakinan dan Sikap) dalam mempengaruhi pembelian pembelian Tiket Online Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Kereta Api Rajabasa Tujuan Kertapati - Tanjungkarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Diharapkan memberikan manfaat yaitu:

- Bagi Akademisi dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian karya ilmiah bidang ilmu perilaku konsumen.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. KAI (Persero) yaitu:

 Sebagai masukan dalam mempertahankan persepsi yang positif di benak konsumen sehingga dapat digunakan sebagi sarana untuk mengevaluasi kebijaksanaan yang telah dilaksanakan.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, rancangan penelitian, sumber data, cara penentuan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memuat tentang gambaran umum dari perusahaan yang akan dijadikan objek dalam penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian tersebut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Alimuddin, Akhyar. 2007. Pengaruh Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (Studi Pada Kereta Api Penataran Tujuan Malang Blitar). Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN), Malang.
- Edwar.B,Bill. 2009. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Putusan Pengguna Jasa Modifikasi Sepeda Motor (Studi Pada Konsumen Bengkel Java Speed Malang). Skripsi, Perpustakaan Online FE Universitas Negeri Malang.
- Fatonah, Halim Dalimunthe. 2007. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Angkutan Taxi Eksekutif Dan Super Eksekutif Pada CV. Taxi Kita Bersama". *Jurnal Penelitian*, Dinamika social Vol 2 No.3. Hal. 48-58
- Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher, H. Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Natalisa, Diah. 2007. Riset Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Dalam Penelitian. Palembang: Penerbit Universitas Sriwijaya.
- Puspowarsito, H.A.H. 2008. Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung: Humaniora.
- PT. Kereta Api Indonesia (Persero), "Jadwal Angkutan Kereta Api (Daily)", Sumatera Ekspres, hal.26.
- Rukismono, Martinus. 2011. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Memilih Jasa Transportasi Udara Lion Air Di Surabaya". Jurnal Kewirausahaan, Vol 5 No.2. Universitas Widya Kartika, Surabaya
- Salim, Abbas. 2008. Manajemen Transportasi. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. 2004. Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh Alih bahasa Zoelkifli Kasip. Jakarta: Penerbit PT Indeks

Sekaran, Uma. 2006. Research Metods For Business. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono.2009. Metodologi Penelitian Bisnis Bandung. Alfabeta CV.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2008. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit BPFE

www.kereta-api.co.id (Diakses tanggal 2 Januari 2013)