

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN *ACCESS BY KAI*
(Studi Pada Pelanggan *Access by KAI* di Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

Aditya Chandra Winata

NPM. 21042010281

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN *ACCESS BY KAI*
(Studi Pada Pelanggan *Access by KAI* di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

ADITYA CHANDRA WINATA
NPM. 21042010281

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Dra. ETY DWI SUSANTI, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,
DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196304182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN ACCESS BY KAI
(Studi Pada Pelanggan Access by KAI di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

ADITYA CHANDRA WINATA
NPM. 21042010281

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 24 Juni 2025

Pembimbing Utama

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Menyetujui,

Tim Penguji

1. Ketua

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Chandra Winata
NPM : 21042010281
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 24 Juni 2025
Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERA', and 'TEMPER'. Below the stamp, the text 'SS2ADAMX377080063' is visible.

Aditya Chandra Winata
NPM. 21042010281

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Loyalitas Pelanggan *Access by KAI* (Studi Pada Pelanggan *Access by KAI* di Kota Surabaya)”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Rudy dan Ibu Effy yang selalu menjadi sumber semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan penuh kesabaran dan ketulusan, selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Perhatian dan doa yang tak pernah terputus menjadi kekuatan utama yang mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
2. Kakak Perempuan yang selama ini memberikan semangat, dukungan dan do'a.
3. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan perhatian, serta bimbingan berharga hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Para Dosen dan staff yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

7. Bapak Zaidan perwakilan dari PT KAI DAOP 8 Surabaya Unit Angkutan Penumpang, yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan dukungan informasi yang sangat membantu kelancaran proses penelitian ini.
8. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk mengikuti proses wawancara.
9. Sahabat-sahabat penulis, yang selalu memberikan semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada Redyvastyo yang telah membantu kelancaran penelitian skripsi ini hingga selesai.
10. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas bantuannya selama penelitian ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran dibutuhkan untuk dapat menyempurnakannya.

Surabaya, Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Pemasaran	21
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	21
2.2.1.2 Bauran Pemasaran	23
2.2.2 Kemudahan Penggunaan	25
2.2.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	25
2.2.2.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	26

2.2.3 Fitur Pelayanan	28
2.2.3.1 Pengertian Fitur Layanan	28
2.2.3.2 Indikator Fitur Layanan	30
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	32
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2.2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	33
2.2.4.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	38
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2.2.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	40
2.2.5.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	42
2.2.5.4 Faktor – Faktor Loyalitas Pelanggan	46
2.2.5.5 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	49
2.3 Kerangka Berfikir.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	55
3.4 Metode Pengumpulan Data	57
3.4.1 Jenis Data	57
3.4.2 Sumber Data.....	59
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5 Teknik Analisis Data	62
3.6 Uji Kredibilitas Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah <i>Access by KAI</i>	67
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	70
4.2 Analisis Hasil Penelitian	71
4.2.1 Hasil Observasi Dilapangan.....	73

4.2.2 Hasil Wawancara.....	75
4.2.2.1 Loyalitas Pelanggan <i>Access by</i> KAI di Kota Surabaya.....	75
4.2.2.2 Tantangan Serta Kendala Penggunaan dan Alasan Tetap Memilih Menggunakan <i>Access by</i> KAI.....	85
4.3 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna <i>Access by</i> KAI	5
Tabel 4.1 Data Informan	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Rating <i>Access by</i> KAI di Google Play Store	7
Gambar 1.3 Grafik Jumlah Penumpang KAI Daop 8 Surabaya	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	53
Gambar 4.1 Logo <i>Access by</i> KAI saat ini.....	70

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan aplikasi *Access by KAI* yang memudahkan masyarakat dalam memesan tiket kereta api. Namun, loyalitas pelanggan terhadap aplikasi ini tidak hanya dipengaruhi oleh performa teknis, tetapi juga oleh pengalaman penggunaan serta persepsi terhadap kualitas layanan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam terhadap pengguna aktif serta perwakilan PT KAI DAOP 8 Surabaya, penelitian ini berupaya mengungkap makna dan alasan di balik loyalitas pelanggan di Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas terbentuk dari perpaduan antara aspek teknis seperti kemudahan akses, kecepatan, dan keamanan, serta aspek emosional seperti kepercayaan terhadap merek PT KAI, kepuasan atas pengalaman sebelumnya, dan ikatan jangka panjang dengan layanan. Meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti error sistem atau keterbatasan fitur, pelanggan tetap menunjukkan sikap positif dan memilih terus menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga melibatkan keterikatan emosional dan hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dan penyedia layanan.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, *Access by KAI*, Aplikasi Transportasi Digital, Pendekatan Kualitatif, Pengalaman Pengguna.

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing use of the Access by KAI application, which facilitates the public in booking train tickets more efficiently. However, customer loyalty toward this application is influenced not only by its technical performance but also by user experience and perceptions of service quality. Employing a qualitative approach and in-depth interviews with active users and representatives from PT KAI DAOP 8 Surabaya, this research aims to explore the meaning and underlying reasons behind customer loyalty in Surabaya. The findings reveal that loyalty is shaped by a combination of technical aspects such as ease of access, speed, and transaction security and emotional factors, including trust in the PT KAI brand, satisfaction with previous experiences, and a long-term attachment to the service. Despite encountering technical issues such as system errors and limited features, users continue to show a positive attitude and choose to remain loyal to the application. These results indicate that customer loyalty is driven not only by rational considerations but also by emotional connections and ongoing relationships between users and service providers.

Keywords : *Customer Loyalty, Access by KAI, Digital Transportation Application, Qualitative Approach, User Experience*