

Najibullah Ulul Albab, 2019, **Analisis Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-loyalty Pada Aplikasi KAI Access Menggunakan Metode Partial Least Square – Structural Equation Modelling (PLS-SEM)**, Skripsi ini dibawah bimbingan Army Justitia, S.Kom, M.Kom. dan Dr. Rimuljo Hendradi, S.Si., M.Si Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga, Surabaya.

ABSTRAK

PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengalami peningkatan penumpang pada tahun 2018 hal ini salah satunya disebabkan oleh penambahan layanan pembelian tiket melalui KAI Access yang merupakan *platform* pembelian tiket melalui *mobile apps* yang juga bersaing dengan *platform* swasta yang telah bekerjasama dengan PT Kereta Api Indonesia (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas pengguna KAI Access dalam membeli tiket kereta api dengan menganalisa pengaruh *e-satisfaction* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dan dapat memberikan rekomendasi untuk memperbaiki layanan penjualan tiket aplikasi berdasarkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan aplikasi terhadap aplikasi. Tahapan dalam penelitian ini yaitu meliputi penentuan model dan hipotesis, penentuan populasi dan sampel, perancangan kuesioner, penyebaran dan pengumpulan kuesioner, penyebaran dan pengumpulan kuesioner, pengolahan data, analisis hasil menggunakan metode PLS-SEM dan penyusunan rekomendasi. Penelitian ini menggunakan 400 responden dari pengguna aplikasi KAI Access yang pernah menggunakan layanan pembelian tiket lebih dari tiga kali dan berada pada DAOP 8 Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 63,4% varians pada variabel *e-loyalty* dipengaruhi oleh *e-satisfaction* dan *e-trust*. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pengembang aplikasi adalah menambah 9 fitur yaitu pengingat saat tiket dapat dibeli, fitur pembelian tiket yang terjadwal otomatis, fitur *saved contact*, menambahkan informasi kejelasan spesifikasi kereta yang akan dibeli, mengirim *email* berisi dokumen pembayaran pesanan tiket, menambahkan fitur *two-phase* authentication, bekerja sama dengan *payment gateway* lain untuk tiket kereta api lokal, dan gerbang peron otomatis menggunakan *e-ticket*. Perusahaan dapat lebih berfokus pada program yang membangun kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian kembali melalui KAI Access.

Keyword : *e-loyalty, e-satisfaction, e-trust, KAI Access.*

Najibullah Ulul Albab, 2019, **Analysis of E-Satisfaction and E-Trust Effect on E-loyalty in KAI Access Application Using Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Method**, this undergraduated thesis was supervised by Army Justitia, S.Kom, M.Kom. dan Dr. Rimuljo Hendradi, S.Si., M.Si Information System Bachelor Degree Study Program, Faculty of Science and Technology, Airlangga University, Surabaya.

ABSTRACT

PT Kereta Api Indonesia (Persero) experienced an increase in passengers in 2018, one of which was caused by the addition of ticket purchase services through KAI Access which is a ticket purchasing platform through mobile apps that also competes with private platforms that have collaborated with PT Kereta Api Indonesia (Persero) . This study aims to determine the loyalty of KAI Access users to buy train tickets by analyzing the effect of e-satisfaction and e-trust on e-loyalty and can provide recommendations to improve ticket sales application based on customer satisfaction and trust to the application. The steps in this research include determining the model and hypothesis, determining the population and sample, designing the questionnaire, distributing and collecting questionnaires, distributing and collecting questionnaires, processing data, analyzing the results using the PLS-SEM method and preparing recommendations. This study uses 400 respondents from KAI Access application users who have used ticket purchasing services more than three times and are in DAOP 8 Surabaya. The results showed that the model was able to explain 63.4% of the variance in the e-loyalty variable influenced by e-satisfaction and e-trust. Recommendations that can be given to application developers are to add 9 features, namely a reminder when tickets can be purchased, a ticket purchase feature that is automatically scheduled, a saved contact feature, to add clarity information on the train specifications to be purchased, send an email containing a ticket order payment document, add a two- phase authentication, collaboration with other payment gateways for local train tickets, and automatic platform gates using e-tickets. Company can focus more on programs that build customer trust so customers can repurchase through KAI Access.

Keyword : *e-loyalty, e-satisfaction, e-trust, KAI Access.*