

PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA TRANSPORTASI KERETA API CUT MEUTIA DI STASIUN COT SEURANI, KRUENG MANE KECAMATAN MUARA BATU KABUPATEN ACEH UTARA

Usnul Khalisa¹, Widyana Verawaty Siregar², Naufal Bachri³, Sapna Biby⁴

¹ Universitas Malikussaleh

¹ Universitas Malikussaleh Jl. Kampus Bukit Indah Lhokseumawe

Universitas malikussaleh

Jl. Kampus Bukit Indah Lhokseumawe, Indonesia

e-mail: ¹usnul.170410031@mhs.unimal.ac.id, ²widyana.verawaty@unimal.ac.id, ³naufalbahri@unimal.ac.id, ⁴sapnabiby@unimal.ac.id

Informasi Artikel

Diterima: 23-12-2021

Direvisi: 05-01-2022

Disetujui: 30-01-2022

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan memilih jasa angkutan kereta api Cut Meutia di stasiun Cot Seurani, Krueng Mane, Kecamatan Muara Batu, Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 185 responden yang dipilih secara purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis uji faktorial dan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji parsial faktor 1 menunjukkan bahwa keamanan, word of mouth, citra merek, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan kereta api Cut Meutia, dan faktor 2 menunjukkan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk memilih jasa transportasi Kereta Api Cut Meutia. Faktor 1 dan faktor 2 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan Kereta Api Cut Meutia Stasiun Cot Seurani Kecamatan Krueng Mane Kecamatan Muara Batu Kabupaten Aceh Utara

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Keputusan Menggunakan Layanan.

Abstract

This study examined the influence of consumer preferences on the decision to choose the Cut Meutia rail transportation service at Cot Seurani station, Krueng Mane, Muara Batu subdistrict, North Aceh Regency. This study used primary data obtained by distributing questionnaires to 185 respondents selected using purposive sampling. The data analysis method used was the factorial test analysis method and the multiple linear regression analysis methods with the help of SPSS. The results of partial test for factor 1 showed that security, word of mouth, brand image, and lifestyle positively and significantly influenced the decision to use Cut Meutia Railway transportation services, and factor 2 showed that price and service quality positively and significantly influenced the decision to choose the Cut Meutia Railway transportation service. Factor 1 and factor 2 simultaneously had a positive and significant effect on the decision to use Cut Meutia Railway transportation services at Cot Seurani station, Krueng Mane, Muara Batu subdistrict, North Aceh Regency.

Keywords: Consumer Preference, Decision to Use Services.

1. Pendahuluan

Keberadaan transportasi dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas dan rutinitas sehari-hari, semakin tingginya tingkat aktivitas penduduk tentunya membutuhkan berbagai macam transportasi yang mampu menunjang kebutuhan sehari-hari, pilihan alat transportasi yang semakin beragam membuat masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Banyak perusahaan transportasi menawarkan berbagai macam layanan jasa dengan harga dan fasilitas yang berbeda.

Oleh karena itu, masyarakat menjadi semakin jeli dalam menentukan pilihan mereka. Masyarakat akan mencari sarana transportasi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri (Wasiun, dkk 2015). Salah satu transportasi yang paling tinggi peminatnya adalah kereta api. Kereta api adalah transportasi yang memiliki banyak keunggulan, kereta api dianggap lebih efisien dan efektif jika dibandingkan dengan alat transportasi darat lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan daya angkutnya baik berupa manusia atau barang yang lebih besar jika dibandingkan



dengan transportasi darat lainnya, selain itu tarifnya yang sangat ekonomis, bebas dari kemacetan, memiliki tingkat keamanan yang tinggi, dan juga minimnya angka kecelakaan dan waktu tempuh yang lebih singkat.

Begitu juga halnya dengan transportasi kereta api Cut Meutia, sarana transportasi ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat Krueng Mane dan sekitarnya, kebiasaan menggunakan transportasi ini sudah menjadi rutinitas sebagai penunjang aktivitas-aktivitas mereka. Pelayanan yang diberikan oleh kereta api Cut Meutia membuat masyarakat sekitaran Krueng Mane memilih menggunakan sarana transportasi ini karena dapat melayani penumpang setiap hari dalam waktu tempuh yang lebih singkat dengan tarif ekonomis, yang beroperasi mulai pagi hingga sore sehingga sangat membantu masyarakat, pekerja maupun pedagang yang setiap hari bepergian melintasi rute Krueng Mane-Krueng Geukuh. Banyaknya keunggulan yang dimiliki oleh kereta api Cut Meutia dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi masyarakat, hal tersebut dapat mendorong terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga terbentuk sebuah image yang positif terhadap transportasi tersebut di dalam mindset masyarakat itu sendiri.

Tentunya kehadiran kereta api ini dapat memudahkan mobilitas dan juga dapat mensejahterakan perekonomian masyarakat di pedesaan, hal tersebut mendorong minat masyarakat untuk memilih menggunakan angkutan umum ini dibanding angkutan lainnya. Tidak hanya masyarakat sekitaran saja bahkan masyarakat luar daerah juga berbondong-bondong untuk mencoba menggunakan jasa angkutan kereta api ini dengan tujuan untuk berwisata dan bersenang senang, panorama pesisir pantai yang sangat indah juga dapat menambah daya tarik dan kepuasan penumpang. Kereta api Cut Meutia hanya mampu melintasi lintasan trayek dekat saja namun mengalami peningkatan lebih tinggi jika dibandingkan dengan transportasi lain.

Penelitian mengenai keputusan memilih jasa transportasi telah banyak diteliti, seperti tarif (Fermansah et al., 2015), iklan (Depari, 2018), motivasi konsumen (Amin, 2018) serta kenyamanan (Arthani, 2018). Meskipun banyak banyak penelitian yang melakukan studi dengan melihat bauran pemasaran, tetapi hanya sedikit yang melakukan studi dengan melihat faktor preferensi intensi dan kualitas pelayanan dalam memilih transportasi.

Dengan adanya pilihan transportasi umum guna keperluan perhubungan antar daerah dan dapat mempermudah akses masyarakat dalam berpergian. Penelitian ini juga menyelidiki dampak dari faktor preferensi intensi yang terdiri dari keamanan, *word of mount*, *brand image* dan gaya hidup serta faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan. Temuan ini memiliki beberapa implikasi untuk mengambil keputusan dalam memilih transportasi kereta api guna menumbuhkan minat masyarakat untuk menggunakannya.

Penelitian ini dilakukan guna membantu masyarakat atau pengguna dalam menentukan keputusan memilih transportasi umum atau kereta api di Cut Meutia

Provinsi Aceh berdasarkan faktor preferensi intensi dan faktor kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini juga akan melihat sejauh mana masyarakat memahami pentingnya akomodasi umum dalam meningkatkan perekonomian daerah.

2. Metode Penelitian Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan jasa transportasi kereta api Cut Meutia yang berjumlah 14.183 Penumpang pada tahun 2019. Dalam penentuan jumlah sampel untuk penelitian ini peneliti menggunakan rumus berdasarkan (Hair, 2010) yang mengatakan bahwa jumlah sampelnya disesuaikan dengan jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner penelitian yang memiliki kriteria dan didapati 185 responden dengan menggunakan skala likert.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor termasuk salah satu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor. Kemudian akan dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda

3. Hasil dan Pembahasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	20.859	.165	126.247	.000
Faktor 1	1.450	.166	8.750	.000
Faktor 2	.503	.166	3.035	.003

Adapun persamaan regresi dari tabel diatas maka didapati persamaan yang dapat disusun didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 20.859 + 1.450 X_1 + 0.503 X_2 + \epsilon$$

1. Nilai b_1 (koefisien regresi X_1) bernilai positif sebesar 1,450 dan signifikan sebesar $0,00 < \text{dari } 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor preferensi intensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi kereta api cut meutia. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut (Harjati & Venesia, 2015) yang menemukan bahwa faktor preferensi intensi memiliki nilai positif dan signifikan pada keputusan memilih jasa transportasi kereta api.
2. Nilai b_2 (koefisien regresi X_2) bernilai positif sebesar 0,503 dan signifikan sebesar $0,03 < \text{dari } 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi kereta api cut meutia. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut (Fermansah et al., 2015) yang menemukan bahwa faktor kualitas pelayanan memiliki nilai positif dan signifikan pada keputusan memilih jasa transportasi kereta api.

Hasil Uji Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566*	.320	.313	2.247

Hasil diatas menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0,320 atau sebesar 32% menunjukkan bahwa variabel faktor preferensi intensi dan fakttor kualitas pelayanan memiliki hubungan sebesar 32%. Temuan ini menunjukan variabel faktor preferensi intensi dan faktor kualitas pelayanan mampu menjelaskan keputusan penggunaan ttransportasi kereta api Cu Muetia sebesar 32%, sementara sisanya (68%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis di dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

- Faktor Preferensial Intensi Transportasi (Keamanan, Word of Mouth, Brand Image, Gaya Hidup) berpengaruh terhadap keputusan memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api Cut Meutia di stasiun Cotseurani, Kecamatan Muara batu, Kabupaten Aceh Utara. Ini menunjukkan semakin baik faktor preferensi intensi para pengguna, maka semakin baik pula keputusan memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api Cut Meutia di stasiun Cotseurani, Kecamatan Muara batu, Kabupaten Aceh Utara.
- Faktor Kualitas Pelayanan Transportasi (Harga, Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap keputusan memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api Cut Meutia di stasiun Cotseurani, Kecamatan Muara batu, Kabupaten Aceh Utara. Ini menunjukkan semakin baik faktor kualitas pelayanan, maka semakin baik pula keputusan memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api Cut Meutia di stasiun Cotseurani, Kecamatan Muara batu, Kabupaten Aceh Utara.

Saran

- Untuk Faktor Preferensial Intensi Transportasi (Keamanan, Word of Mouth, Brand Image, Gaya Hidup), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah “Gaya Hidup”. Maka disarankan kepada produsen agar dapat meningkatkan mutu dan kualitas Kereta Api Cut Meutia dengan cara memberikan pelayanan keamanan sebaik mungkin dan selalu mengutamakan keamanan privasi penumpang agar dapat menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan bagi tiap penumpang Kereta Api sehingga dapat meningkatkan minat konsumen dan dapat menjadikan transportasi tersebut sebagai transportasi pilihan konsumen dalam melakukan kegiatan sehari-hari.
- Untuk Faktor Kualitas Pelayanan Transportasi (Harga, Kualitas Pelayanan), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah “Kualitas Pelayanan”. Maka disarankan kepada produsen agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada setiap penumpang yang

sesuai dengan yang di janjikan oleh pihak kereta api agar segera beroperasi dan melayani daerah yang lebih luas karena untuk saat ini lintasan Kereta Api Cut Meutia masih relatif dekat sehingga aktivitas penumpang terbatas.

- Untuk keputusan penggunaan (Y), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah (Y₅) yaitu Kereta Api Cut Meutia adalah transportasi yang tepat untuk membantu masyarakat dalam beraktifitas sehari-hari dan sudah sesuai dengan harapan konsumen, namun untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen pihak Kereta Api Cut Meutia terus melakukan perbaikan dengan segera melayani lintasan yang lebih luas agar masyarakat dapat mengakses perjalanan jauh.

Referensi

- Affandi, M. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penduduk Lanjut Usia Memilih Untuk Bekerja. *Journal Of Indonesia Applied Eckonomics*, 3
- Amin, Z. A. (2018). Hubungan motivasi konsumen dengan pengambilan keputusan dalam memilih ojek online sebagai transportasi di Kota Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Arthani, S. P. (2018). Pengaruh Kenyamanan, Keamanan, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Online Go-Jek di Yogyakarta. STIE YKPN.
- Butar. (2015). Kajian Preferensi Masyarakat dan Sikap Pemerintah Terkait Reaktivasi Jaliur Kereta Api Semarang-Yogyakarta. *Jurnal managemen*. Vo.
- Depari, A. T. N. S. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Memilih Transportasi Online Grab (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area).
- Dwi Ilham, Prasetya dan Muhammad Edwar, (2014). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Di Surabaya Selatan, Universitas Negeri Surabaya
- Fermansah, B., Nugraha, H. S., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi PO. Sumber Alam. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 128–136.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariat* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et. Al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7 th ed)*. United States: Pearson
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(2015), 64–74.
- Howard, A Terence. (2009). *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Indah, Pratiwi. (2020). *Analysis Efektivitas Marketing Media Sosial*. Jurnal EMBA. Univrsitas Undayana
- Kolcaba, K. et. Al. (2004). *Comfort Teory: A Unifying Framwork the Practise Environment*. JONA Vol. 36 Number 11. PP 538-544
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Priciples Of Marketing*. Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Pavithran, Sathiaseelan, dkk. (2019). *A study on Determinants That Effect Klang Valley (Malaysia) Consumer Preference in Rail Industry*. Journal Of Air Transport Managemen. 238-242
- Prasetiadi, A. E. (2018). *Teknologi Web Masa Depan*. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan* , 23-26.
- Potters dan perry. (2006). *An Examinitions Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relationship*. Journal Of Marketing.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV AlfabetaTjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wasiun, R., Nugraha, H., & Prabawani, B. (2015). *Pengaruh Pelayanan Sistem Online, Tarif, dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Tiket Kereta Api Relasi Semarang-Jakarta*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 86-96