BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi angkutan penumpang dan barang.

2.1.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

PT. Kereta Api Indonesis (Persero) [5]: Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen - Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh de-ngan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawasi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km)

sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang Iebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro- Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamir-kan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasa-an perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapi-an di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

2.1.2 Badan Hukum

Tabel 2. 1 Tabel Sejarah Perkeretaapian Indonesia [5]

PERIODE	STATUS	DASAR HUKUM
Th. 1864	Pertama kali dibangun Jalan Rel sepanjang 26 km antara Kemijen Tanggung oleh Pemerintah Hindia Belanda	
1864 s.d 1945	Staat Spoorwegen (SS) Verenigde Spoorwegenbedrifj (VS) Deli Spoorwegen Maatschappij (DSM)	IBW
1945 s.d 1950	DKA	IBW
1950 s.d 1963	DKA - RI	IBW
1963 s.d 1971	PNKA	PP. No. 22 Th. 1963
1971 s.d.1991	PJKA	PP. No. 61 Th. 1971
1991 s.d 1998	PERUMKA	PP. No. 57 Th. 1990
1998 s.d. 2010	PT. KERETA API (Persero)	PP. No. 19 Th. 1998 Keppres No. 39 Th. 1999 Akte Notaris Imas Fatimah
Mei 2010 s.d sekarang	PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)	Instruksi Direksi No. 16/OT.203/KA 2010

2.1.3 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



Gambar 2. 1 Logo PT. Kereta Api Indonesia Persero

Makna logo [6]:

Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.

Garis warna orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal. **Anak panah berwarna putih** melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.

1 Garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke stakeholders. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.)

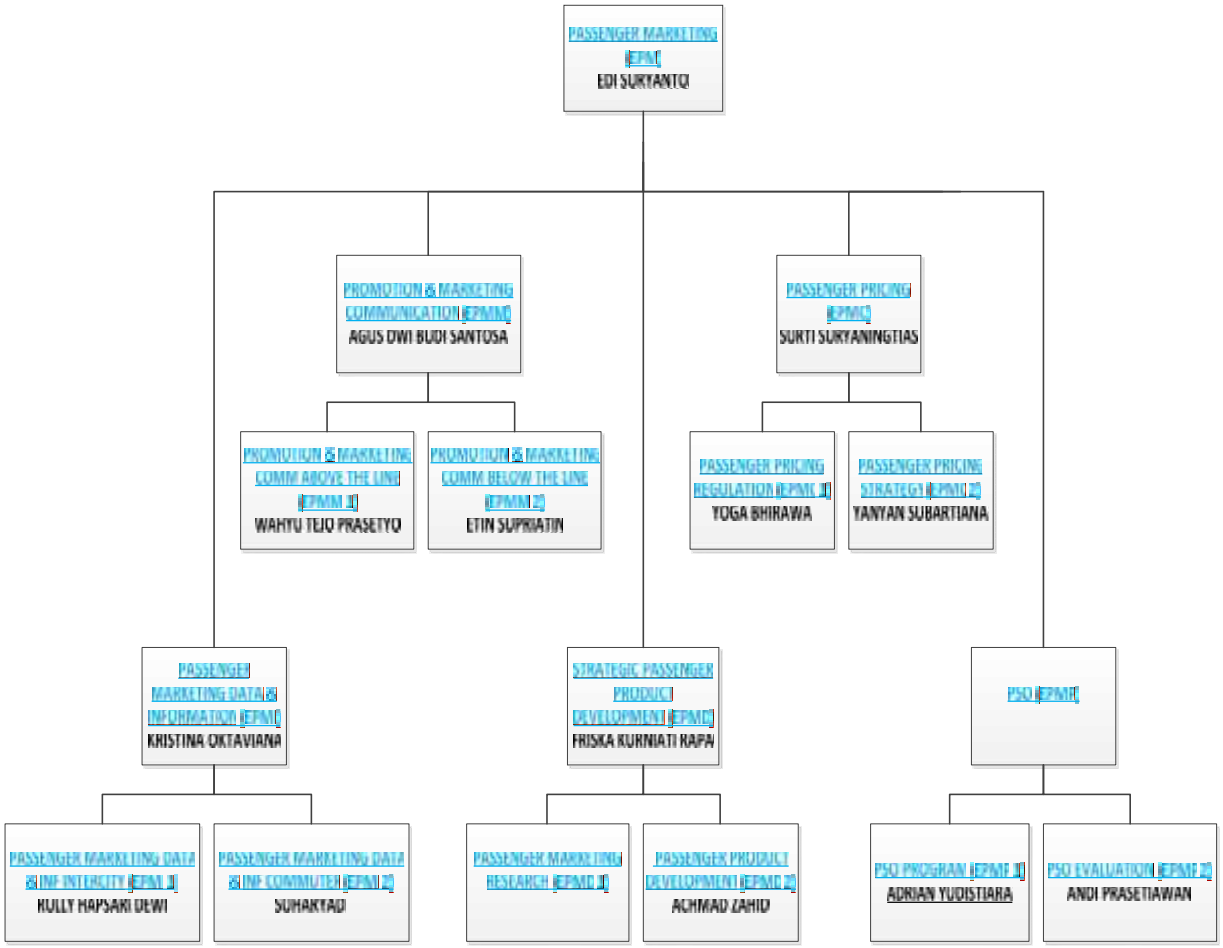
2.1.4 Visi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders* [6].

2.1.5 Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan [6].

2.1.6 Struktur Organisasi dan Job Description



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Passenger Marketing Kantor Pusat PT. KAI (Persero)

Job Description dari struktur organisasi PT. KAI (Persero) Unit Passenger Marketing Kantor Pusat adalah sebagai berikut:

a. Vice President Passenger Marketing (EPM): bertugas memimpin dan mengawasi kinerja dari 5 manager agar kegiatan yang berhubungan dengan *passenger marketing* dapat berjalan dengan lancar.
b. Manager Strategic Passenger Product Development (EPMD): bertugas mengatur strategi perencanaan, *research* dan pengembangan produk layanan penumpang.

c. Manager Passenger Pricing (EPMC): bertugas merencanakan strategi dan mengatur harga produk yang berhubungan dengan layanan penumpang.
d. Manager Promotion & Marketing Communication (EPMM): bertugas mengatur promosi dan komunikasi dalam kegiatan pemasaran.
e. Manager Passenger Marketing Data & Information (EPMI): bertugas menangani serta mengolah distribusi data dan informasi *passanger marketing* antar kota dan pada commuter.
f. Manager PSO (EPMP): bertugas menangani program dan evaluasi PSO
g. Junior Manager Passenger Marketing Research (EPMD 1): membantu tugas Manager Strategic Passenger Product Development (EPMD) dalam kegiatan *research* yang berhubungan dengan *passenger marketing.*
h. Junior Manager Passenger Product Development (EPMD 2): membantu tugas Manager Strategic Passenger Product Development dalam kegiatan pengembangan produk layanan penumpang.
i. Junior Manager Passenger Pricing Regulation (EPMC 1): membantu tugas Manager Passenger Pricing (EPMC) dalam mengatur harga produk yang berhubungan dengan layanan penumpang.
j. Junior Manager Passenger Pricing Strategy (EPMC 2): membantu tugas Manager Passenger Pricing (EPMC) dalam strategi dan perencanaan harga produk yang berhubungan dengan layanan penumpang.
k. Junior Manager Promotion & Marketing Communication Above The Line (EPMM 1): membantu tugas Manager Promotion & Marketing Communication (EPMM) dalam mengatur promosi dan komunikasi dalam kegiatan pemasaran.
l. Junior Manager Promotion & Marketing Communication Below The Line (EPMM 2): membantu tugas Manager Promotion & Marketing Communication (EPMM) dalam mengatur promosi dan komunikasi dalam kegiatan pemasaran.

m. Junior Manager Passenger Marketing Data & Information Intercity (EPMI 1): membantu tugas Manager Passenger Marketing Data & Information (EPMI) dalam menangani serta mengolah distribusi data dan informasi *passanger marketing* antar kota.
n. Junior Manager Passenger Marketing Data & Information Commuter (EPMI 2): membantu tugas Manager Passenger Marketing Data & Information (EPMI) dalam menangani serta mengolah distribusi data dan informasi *passanger marketing* Commuter.
o. Junior Manager PSO Program (EPMP 1): membantu tugas Manager PSO (EPMP) dalam menangani program PSO.
p. Junior Manager PSO Evaluation (EPMP 2): membantu tugas Manager PSO (EPMP) dalam menangani evaluasi PSO.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Informasi (Information Quality)

Informasi menurut Turban et al [8] merupakan data yang telah diorganisir sehingga memberikan arti dan nilai kepada penerimanya. Informasi menurut Jogiyanto [9], merupakan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima dan membutuhkannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan hasil dari pengolahan data yang memberikan makna atau arti sehingga dapat bermanfaat bagi yang menggunakannya [2].

Untuk memberikan manfaat, informasi harus memiliki kualitas. Kualitas merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pengguna [2]. Kualitas informasi dapat berdampak terhadap individu [10] yang diantaranya adalah pelanggan dari perusahaan. Tanpa kualitas informasi yang baik, suatu perusahaan akan sangat terbatas dalam memasarkan produknya kepada pelanggan. *E-ticketing* dapat menyediakan kemudahan akses mendapatkan informasi yang diperlukan pelanggan dalam bertransaksi, tetapi apabila informasi tersebut tidak akurat dan tidak relevan terhadap proses bisnis yang terkait, maka *e-ticketing* hanya memberikan manfaat yang sedikit bagi penggunanya.

Konsep dari dampak kualitas informasi terhadap individu yang dikemukakan oleh DeLone dan Mclean [10] juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Etezadi-Amoli dan Farhoomand [11], Teo dan Wong [12] serta Wixon dan Watson [13]. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas informasi adalah *relevance* [14], *accurate* [15], *completeness* [13] [14], *timeliness* [14], dan *understandability* [10] [16] dari informasi yang dihasilkan.

1. *Relevance*

   Kualitas informasi yang dihasilkan oleh *e-ticketing* akan dikatakan baik apabila relevan terhadap kebutuhan pengguna. *E-ticketing* digunakan pelanggan yang akan melakukan transaksi pemesanan tiket sehingga informasi yang disampaikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan dalam proses tersebut.

2. *Accurate*

   Informasi yang akurat akan sangat bermanfaat untuk pengambilan keputusan pelanggan [10]. Informasi yang akurat berarti harus bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan pengguna serta menggambarkan dengan jelas maksud dari informasi yang dihasilkan oleh *e-ticketing*. Informasi harus akurat karena *information flow* dari sumber sampai penerima informasi kemungkinan terdapat gangguan sehingga dapat merubah atau bahkan merusak informasi tersebut sehingga akan menyesatkan pengguna informasi.

3. *Completeness*

   Informasi yang dihasilkan oleh *e-ticketing* dapat berkualitas apabila informasi yang dihasilkan lengkap. Kelengkapan informasi mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam menggunakan *e-ticketing*. Dengan kelengkapan dari informasi, maka informasi yang diperlukan oleh pelanggan dapat tersedia dalam *e-ticketing*.

4. *Timeliness*

   Kualitas informasi akan dikatakan baik apabila informasi yang dihasilkan bersifat tepat waktu. Informasi yang sampai kepada pelanggan tidak boleh telat, karena untuk digunakan sebagai pengambilan keputusan, informasi yang digunakan harus tepat waktu dan *uptodate* [2].

5. *Understandability*

   Informasi harus dapat dengan mudah untuk digunakan dan dipahami oleh para penggunanya [2].

Dari teori-teori diatas, penulis menggunakan 5 elemen untuk mengukur variabel *information quality* yang tertuang dalam bentuk pertanyaan/pernyataan yang diberikan kepada responden, seperti pada tabel 2.2 dibawah ini:

Tabel 2. 2 Variable *Information Quality*

Variabel	Elemen
Information Quality	*Completeness*
	Relevance
	Understandability
	Accurate
	Timeliness

2.2.2 Kualitas Sistem (System Quality)

System quality merupakan kualitas dari system yang lebih menekankan kepada kemampuan kinerja *hardware* dan *software* dari sistem informasi yang dapat mempengaruhi persepsi pengguna atas kegunaan dan kemudahan penggunaan dari sistem tersebut.

Menurut DeLone dan McLean dalam Livari dan Juhani [15], kualitas sistem merupakan ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi itu sendiri dan kualitas informasi yang diinginkan informasi karakteristik produk.

Kualitas sistem ini juga berarti kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi.

Kualitas sistem memerlukan indikator untuk dapat mengukur seberapa besar kualitas dari sistem. Indikator diperlukan karena kualitas sistem merupakan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Indikator kualitas sistem diwujudkan dalam seperangkat pertanyaan kualitas sistem yang dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut [15]:

1. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

   Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Davis mengungkapkan kemudahan yang dipersepsikan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa pengunaan suatu sistem tertentu dapat menjadikan orang tesebut bebas dari usaha (*free of effort*). Bebas dari usaha yang dimaksudkan adalah bahwa saat seseorang menggunakan sistem, ia hanya memerlukan sedikit waktu untuk mempelajari sistem tersebut karena sistem tersebut sederhana, tidak rumit, dan mudah dipahami, sudah dikenal (familiar).

   Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang dalam bekerja dibanding mengerjakan secara manual. Pengguna sistem informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

2. *Response Time* (Kecepatan Akses)

   Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi. Jika akses sistem informasi memiliki kecepatan yang optimal maka layak dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki

kualitas yang baik. Kecepatan akses akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

3. *Reliability* (Keandalan Sistem)

   Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan sistem informasi ini juga dapat dilihat dari sistem informasi yang melayani kebutuhan pengguna tanpa adanya masalah yang dapat mengganggu kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

4. *Flexibility* (Fleksibilitas)

   Fleksibilitas suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. Fleksibilitas yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna akan merasa lebih puas menggunakan suatu sistem informasi jika sistem tersebut fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Dari teori diatas, penulis menggunakan 4 elemen untuk mengukur variabel *system quality* yang tertuang dalam bentuk pertanyaan/pernyataan yang diberikan kepada responden, seperti pada tabel 2.3 dibawah ini:

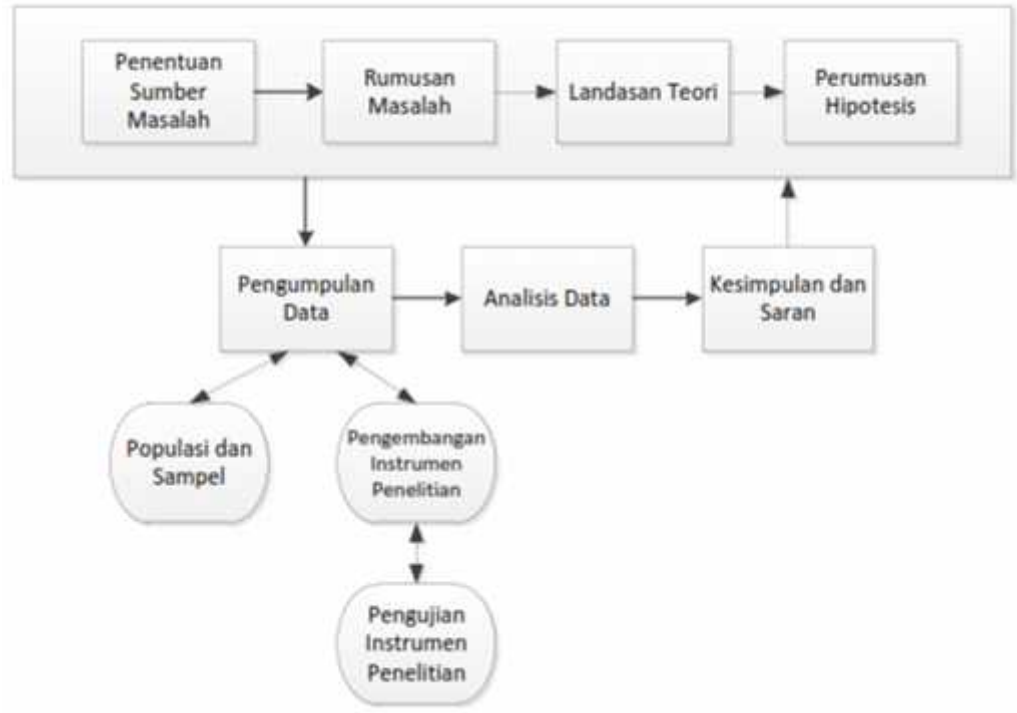
Tabel 2. 3 Variable *System Quality*

Variabel	Elemen
System Quality	*Reliability*
	Flexibility

Variabel	Elemen
	Ease of Use
	Response Time

2.2.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis [2]. Proses tahapan penelitian metode kuantitatif menurut Sugiyono [4] yaitu :



Gambar 2. 3 Desain Penelitian Kuantitatif

Menurut Eko [2] , penelitian merupakan suatu cara untuk menjawab dari sebuah masalah. Untuk menentukan masalah dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi pendahuluan dari obyek yang diteliti (*preliminary study*) melalui fakta-fakta empiris yang didapat dari referensi berupa konsep dan teori yang relevan, serta penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Agar permasalahan dalam penelitian ini jelas dan tidak menimbulkan keraguaan untuk dijawab dengan baik, maka diperlukan suatu rumusan masalah. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Rumusan masalah digunakan sebagai dasar pengajuan teori dan hipotesis, metode analisis dan pengambilan kesimpulan [2].

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian, diperlukan referensi teoritis yang relevan dengan permasalahan serta penelitian sebelumnya sebagai bahan masukan untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian [2]. Jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang baru menggunakan teori disebut hipotesis [2].

Hipotesis merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yang baru dan berdasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian sebelumnya yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris [2]. Hasil pengujian terhadap hipotesis diharapkan dapat memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan penelitian yang dihadapi [28] .

Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata. Untuk itu perlu dilakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan pada populasi tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. KAI (Persero) yang menggunakan *e-ticketing* dalam transaksi pemesanan tiket *online* dengan teknik *sample* yang digunakan adalah *purposive random sampling* [2].

Untuk mendapatkan hasil dari tujuan yang ingin dicapai dalam pengumpulan data, maka perlu dikembangkan variabel-variabel yang diperlukan dalam penelitian. Variabel yang akan ditanyakan harus didefinisikan dan diukur secara jelas dan tepat sehingga didapatkan data penelitian yang akurat. Instrumen penelitian perlu digunakan untuk mendapatkan data penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang dijawab oleh responden terkait berdasarkan sistem penilaian skala Likert [2].

Data yang telah terkumpul selanjutnya harus dianalisis [2]. Metode yang digunakan untuk pengolahan data kuesioner dari responden adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode SEM merupakan salah satu teknik analisis

multivariate yang dapat menganalisis hubungan variabel secara kompleks [29]. Teknik analisis data menggunakan SEM dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh pengaruh antar variabel yang ada dalam penelitian. Metode SEM dipilih dalam penelitian ini karena dapat menunjukkan konsep yang dapat diamati (*observed*) dan tidak teramati (*unobserved*) sehingga memungkinkan untuk dilakukan analisis dari beberapa variabel teramati dan variable laten yang dapat diukur melalui indikator [30]. Analisis menggunakan SEM pada umumnya digunakan pada penelitian yang menggunakan banyak variabel.

Setelah hasil penelitian dianalisis, maka langkah selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan. Kesimpulan [2] merupakan langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban singkat terhadap setiap rumusan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul dan hasil analisis.

2.2.4 Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan kejelasan tentang apa atau siapa yang menjadi obyek dalam penelitian serta dimana dan kapan penelitian dilakukan [31]. Pemilihan dan penentuan obyek penelitian yang tepat diharapkan dapat menunjang kegiatan selama penelitian, sehingga hal-hal yang diperlukan dalam penelitian akan dapat dengan mudah dicapai. Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. KAI (Persero) yang menggunakan *e-ticketing* dalam transaksi pemesanan tiket *online*. Pemilihan PT. KAI (Persero) sebagai obyek penelitian ini dikarenakan PT. KAI (Persero) telah berhasil dalam mengimplementasikan *e-ticketing* dengan meluncurkan layanan pemesanan tiket melalui internet yang telah diluncurkan pada hari Jumat (3/8/2012) dan dapat di akses melalui website tiket.kereta-api.co.id [3].

2.2.5 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya [4]. Kuesioner dipilih sebagai teknik

pengumpulan data karena peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dalam penelitian. Pertanyaan yang diiberikan dalam kuesioner penelitian ini adalah pertanyaan yang menyangkut fakta dan pendapat dari responden. Kusioner yang digunakan bersifat tertutup dimana para responden diminta menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban dari sejumlah alternatif yang diberikan.

Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian, diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang disebut variabel penelitian [2]. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan [4].

Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor nilai. Pada umumnya opsi jawaban terdiri atas lima opsi sebagai berikut [2] :

Tabel 2. 4 Skor Nilai Jawaban Kuesioner Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju / Selalu / Sangat positif	5
2	Setuju / Sering / Positif	4
3	Ragu-ragu / Kadang-kadang / Netral	3
4	Tidak setuju / Hampir tidak pernah / Negatif	2
5	Sangat tidak setuju / Tidak pernah / Sangat negatif	1

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dikirim melalui *e-mail* kepada responden untuk diisi dengan menggunakan fasilitas pada Google Drive.

2.2.6 Sumber Data

Sumber data merupakan asal data yang diperoleh dalam penelitian [2]. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti sebagai pengumpul data [4]. Seluruh data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang terkait dengan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. KAI (Persero) yang menggunakan atau yang *e-ticketing* dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api *online*.

2.2.7 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono [4], populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi menurut Arikunto [32] adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Penelitian populasi dilakukan apabila peneliti ingin melihat semua yang ada dalam pipulasi. Obyek yang ada pada populasi kemudian diteliti, hasilnya dianalisis dan diambil kesimpulan yang berlaku untuk seluruh populasi [32].

Pengertian sampel menurut Sugiyono merupakan sebagian dari populasi [4]. Apabila populasi yang akan diteliti jumlahnya banyak, serta peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus representatif atau dapat mewakili [2].

Teknik estimasi yang digunakan dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah dengan menggunakan *Maximum Likehood Estimation*. Untuk ukuran sampel yang diperlukan dalam melakukan perkiraan, sekitar 5 sampai 10 responden per indikator [30]. *Maximum Likehood Estimation*

akan efektif pada jumlah sampel antara 150 sampai dengan 400 responden [29].

Secara umum, jumlah sampel yang diperlukan dalam analisis SEM adalah [29]:

a. Untuk model SEM dengan jumlah variabel laten sampai 5 buah, dan setiap konstruk dijelaskan oleh tiga atau lebih indikator, jumlah sampel 100 sampai 150 sudah dianggap memadai.
b. Pada kondisi diatas korelasi antara indikator dengan variabel laten tidak kuat atau kurang dari 0,6 maka jumlah sampel sebaiknya sampai 300 data.
c. Untuk model yang sangat kompleks, seperti terdapat lebih dari enam variabel laten, atau ada variabel laten dengan jumlah indikator kurang dari 3 per variabel, maka jumlah sampel sebaiknya mencapai 500 data.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 235 yaitu para pelanggan PT. KAI (Persero) yang menggunakan sistem *e-ticketing* pada situs kereta-api.co.id dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api *online*. Jumlah sampel dalam penelitian ini secara umum sudah memenuhi untuk dianalisis dengan menggunakan SEM.