

HALAMAN MOTTO

“Ubah midsetmu dan kamu akan mengubah duniamu”

“Barang siapa berjalan pada jalannya, maka dia akan sampai (pada tujuannya)”



HALAMAN PERSEMBAHAN

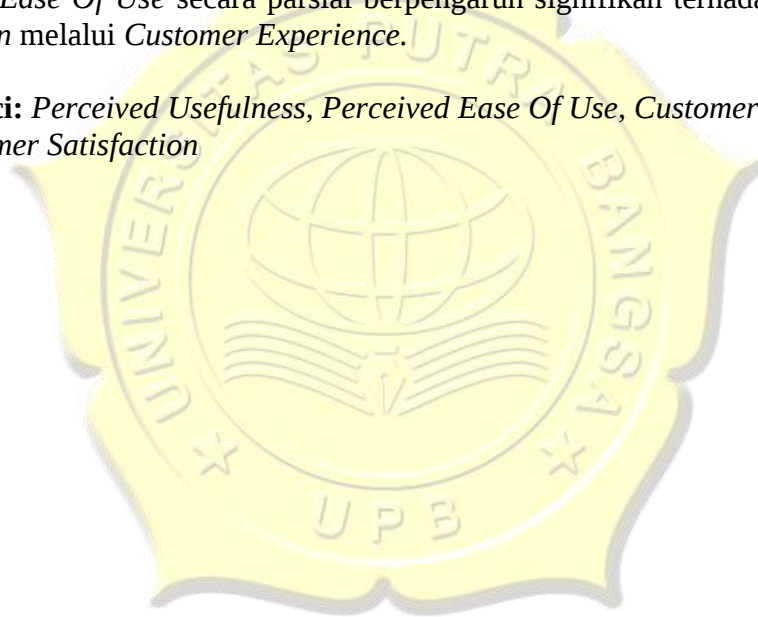
Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Keluarga tercinta khususnya untuk Bapak, Mama, dan Adik yang selalu selalu mendo'akan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi hingga akhir.
2. Seseorang yang paling spesial, terima kasih telah memberikan ruang nyaman, dorongan motivasi, dan pelengkap semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Teman-teman terdekat dan teman-teman seperjuangan yang berbagi suka duka selama perkuliahan, selama pembuatan Skripsi, serta saling memberikan semangat dan dukungan.
4. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak/Ibu dosen Universitas Putra Bangsa yang telah bersedia berbagi ilmu dari awal proses perkuliahan sampai Skripsi ini selesai.
6. Saya sendiri, terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam menjalankan tugas akhir Skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Customer Experience* sebagai variabel intervening pada pembelian tiket kereta api di aplikasi *Access by KAI*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik statistik yang diuji PLS-SEM 3.0 meliputi uji outer model, uji inner model, uji hipotesis, dan uji kebaikan kecocokan model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Experience*, *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Perceived Ease Of Use* dan *Customer Experience* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Customer Experience*.

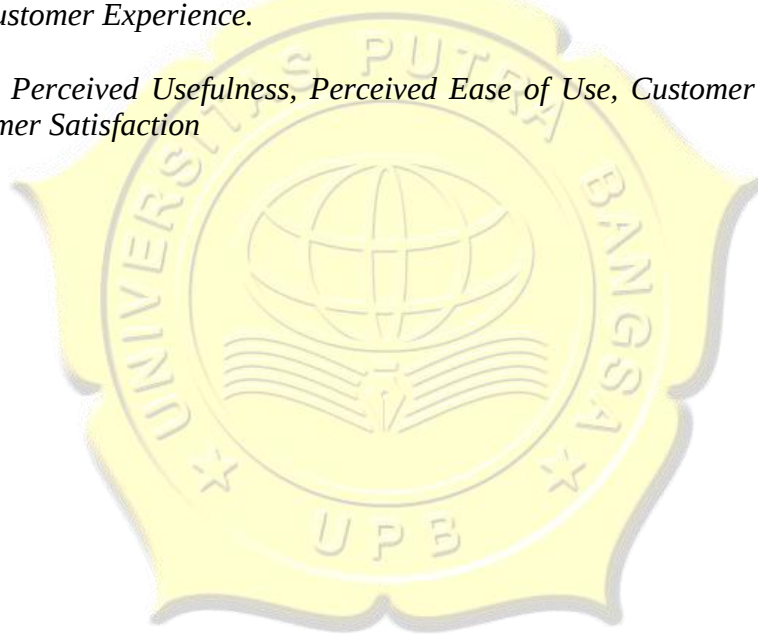
Kata kunci: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Customer Experience*, dan *Customer Satisfaction*



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Customer Satisfaction through Customer Experience as an intervening variable in train ticket purchases on the Access by KAI application. Data collection was conducted using a questionnaire with a Likert scale. The sample in this study was 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis used descriptive analysis and statistical techniques tested using PLS-SEM 3.0, including outer model testing, inner model testing, hypothesis testing, and goodness-of-fit model testing. The results showed that Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use partially had a significant effect on Customer Experience, Perceived Usefulness did not significantly affect Customer Satisfaction, Perceived Ease of Use and Customer Experience partially had a significant effect on Customer Satisfaction, and Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use partially had a significant effect on Customer Satisfaction through Customer Experience.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Customer Experience, and Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Customer Satisfaction Melalui Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Tiket Kereta Api di Aplikasi Access by KAI*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu penulis menemui banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen.
5. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
6. Diri saya sendiri yang telah berjuang sampai sejauh ini untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Kedua orang tua dan adik saya yang selalu mendoakan, menyayangi dan mendukung serta selalu ada dalam keadaan apapun.
8. Kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 29 April 2026

Penulis



Nadhina Ika Fatihah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
2.1. Tinjauan Teori	20
2.1.1. Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	20

2.1.2. Variabel <i>Customer Experience</i>	28
2.1.3. Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.1.4. Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	38
2.2. Penelitian Terdahulu	42
2.3. Hubungan Antar Variabel	51
2.3.1. Hubungan Antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Keputusan <i>Customer Experience</i>	51
2.3.2. Hubungan Antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	52
2.3.3. Hubungan Antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	53
2.3.4. Hubungan Antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	54
2.3.5. Hubungan Antara <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
2.3.6. Hubungan Antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i> sebagai Variabel Intervening	56
2.3.7. Hubungan Antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i> sebagai Variabel Intervening	57
2.4. Model Empiris.....	59
2.5. Hipotesis.....	59

BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	61
3.1.1. Objek Penelitian.....	61
3.1.2. Subjek Penelitian	61
3.2. Variabel Penelitian	61
3.2.1. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	61
3.2.2. Variabel Intervening (Variabel Mediasi).....	62
3.2.3. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	62
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	63
3.3.1. <i>Customer Satisfaction</i> (Y2)	63
3.3.2. <i>Customer Experience</i> (Y1)	64
3.3.3. <i>Perceived Usefulness</i> (X1)	65
3.3.4. <i>Perceived Ease of Use</i> (X2).....	66
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	67
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5.1. Jenis Data.....	69
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	70
3.6. Populasi dan Sampel	71
3.6.1. Populasi.....	71
3.6.2. Sampel	71
3.7. Teknik Analisis	72
3.7.1. Analisis Deskriptif	73
3.7.2. Analisis Statistik	73

3.8. Alat Analisis Data	74
3.8.1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
3.8.2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	76
3.8.3. Pengujian Hipotesis	77
3.8.4. Pengujian Kebaikan dan Kecocokan Model.....	78
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1. Gambaran Umum	80
4.2. Analisis Deskriptif.....	81
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	82
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	85
4.3. Analisis Statistik.....	86
4.3.1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	86
4.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	91
4.3.3. Pengajuan Hipotesis.....	92
4.4. Pembahasan.....	98
4.4.1. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	99
4.4.2. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	100

4.4.3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	101
4.4.4. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	102
4.4.5. Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	103
4.4.6. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i>	104
4.4.7. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> melalui <i>Customer Experience</i>	105
BAB V PENUTUP.....	107
5.1. Simpulan.....	107
5.2. Keterbatasan.....	109
5.3. Implikasi.....	110
5.3.1. Implikasi Praktis	110
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	112
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Jumlah Penumpang Kereta Api di Wilayah Jawa (Jabodetabek+Non Jabodetabek) pada Bulan Januari-Juli Tahun 2025.....	2
Tabel I-2 Pemesanan Tiket Kereta Api pada Januari-Agustus Tahun 2025	4
Tabel I-3 Indeks Kepuasan Pelanggan KAI.....	8
Tabel I-4 Hasil Observasi yang Memengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	9
Tabel II-1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel III-1 Distribusi Indikator <i>Customer Satisfaction</i> pada Kuesioner	64
Tabel III-2 Distribusi Indikator <i>Customer Experience</i> pada Kuesioner	65
Tabel III-3 Distribusi Indikator <i>Perceived Usefulness</i> pada Kuesioner.....	66
Tabel III-4 Distribusi Indikator <i>Perceived Ease of Use</i> pada Kuesioner.....	67
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	86
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Konvergen	87
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Diskriminan	89
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Diskriminan	89
Tabel IV-8 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel IV-9 Hasil R <i>Square</i>	91
Tabel IV-10 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	93
Tabel IV-11 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	95
Tabel IV-12 Model Fit	97

Tabel IV-13 Hasil GoF Index	98
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Ulasan Pengguna <i>Access by KAI</i>	6
Gambar II-1 Model Empiris Penelitian	59
Gambar IV-1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	87
Gambar IV-2 Hasil Uji Hipotesis.....	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	122
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	126
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner	131
Lampiran 4. Uji Validitas Konvergen.....	136
Lampiran 5. Uji Validitas Diskriminan.....	136
Lampiran 6. Uji Reliabilitas.....	137
Lampiran 7. Nilai R Square	138
Lampiran 8. Uji Hipotesis.....	138
Lampiran 9. Model Fit	138
Lampiran 10. Bimbingan Skripsi	139
Lampiran 11. Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	140