

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi memiliki peran penting dalam mendukung kemajuan dan perkembangan kehidupan manusia dari waktu ke waktu. Transportasi merupakan suatu fasilitas atau alat yang dimanfaatkan untuk membantu memindahkan manusia maupun barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya, baik dengan menggunakan alat bantu maupun tanpa alat bantu. Peran transportasi dalam kehidupan manusia sangat besar, yang dapat dilihat dari upaya manusia yang terus menerus dilakukan untuk meningkatkan serta menyempurnakan sistem dan kapasitas angkut dari masa ke masa, mulai dari zaman dahulu hingga saat ini.

Perkembangan transportasi yang dilakukan oleh manusia ditandai dengan munculnya berbagai alat transportasi bermesin, seperti mobil, sepeda motor, kapal, pesawat, hingga kereta api. Kehadiran transportasi modern tersebut tidak hanya mempermudah mobilitas manusia, tetapi juga memberikan pengaruh terhadap pembangunan dan kemajuan suatu kota. Kemudahan mobilitas dapat mendorong kelancaran aktivitas ekonomi sehingga berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian wilayah tersebut.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan milik pemerintah (BUMN) yang berorientasi pada pelayanan jasa transportasi.

Dalam perjalanan sejarahnya, angkutan kereta api di tanah air kita membuktikan peranannya yang pada sektor perhubungan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional. Keberadaan layanan kereta api turut berkontribusi dalam pemerataan pembangunan antar wilayah melalui peningkatan konektivitas dan aksesibilitas transportasi.

Kereta *Commuter Line Dhoho* adalah layanan kereta api lokal yang beroperasi di bawah wilayah kerja KAI *Commuter* Daerah Operasi VIII Surabaya. Layanan ini melayani perjalanan dengan rute Surabaya, Mojokerto, Jombang, Kertosono, Kediri, hingga Blitar. Selain itu, pada beberapa perjalanan tertentu, layanan ini juga terhubung dengan wilayah Malang dan Sidoarjo, sehingga turut mendukung pergerakan mobilitas masyarakat antar kota di Provinsi Jawa Timur.¹

Kereta api adalah salah satu sarana transportasi yang diminati oleh masyarakat karena memiliki beberapa keunggulan khusus. Dari aspek produk, jasa kereta api menawarkan tingkat keselamatan yang tinggi, ketepatan waktu, serta variasi kelas layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penumpang. Dari sisi harga, tarif kereta api relatif terjangkau dan kompetitif, sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Berdasarkan aspek lokasi, stasiun kereta api umumnya berada di pusat kota atau mudah diakses oleh transportasi lain, sehingga memudahkan mobilitas penumpang.

¹ <https://keretaapikita.com/jadwal-kereta-api-penataran/>. 25 April 2026. 11.30.

Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan melalui media digital, aplikasi pemesanan tiket, serta program diskon turut meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa kereta api. Dari unsur tenaga kerja, petugas kereta api dinilai memiliki kompetensi dan sikap pelayanan yang baik, sehingga mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang. Selanjutnya, dari aspek proses, sistem pemesanan tiket yang semakin modern berbasis digital melalui aplikasi lebih mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian tiket. Adapun dari aspek fasilitas, kereta api dan stasiun menyediakan sarana pendukung seperti ruang tunggu yang nyaman, kebersihan yang terjaga, fasilitas bagi difabel, serta informasi perjalanan yang jelas. Kombinasi dari produk, harga, lokasi, promosi, tenaga kerja, proses, dan fasilitas tersebut menjadikan jasa kereta api sebagai pilihan transportasi yang diminati oleh banyak masyarakat.²

Penerapan sistem tiket digital pada layanan kereta api lokal dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada penumpang, meminimalkan antrean di area stasiun, serta mendukung penggunaan sistem transportasi yang lebih modern melalui konsep *cashless*. PT KAI menjelaskan bahwa sebagian besar pembelian tiket kereta api lokal kini dilakukan melalui aplikasi KAI *Access* yang telah berganti nama menjadi *Access by KAI*, maupun melalui berbagai saluran penjualan resmi lainnya. Setelah proses pembelian berhasil, penumpang akan memperoleh *E-*

² Chrysta Valentina, dkk, "Implementasi Strategi Pemasaran Pada Layanan Penjualan Tiket Kereta Api Rombongan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)," *Jurnal Cakrawala* 7, no. 4 (2024): 1308.

Boarding Pass yang memuat kode *QR* sebagai bukti perjalanan, yang selanjutnya digunakan saat proses *boarding* sebelum memasuki area peron.³

Kabupaten dan Kota Kediri merupakan wilayah yang memiliki peran penting dalam jaringan transportasi kereta api di Jawa Timur. Wilayah ini dilalui oleh jalur kereta api yang menghubungkan beberapa kota besar, sehingga keberadaan stasiun kereta api di Kediri menjadi sarana pendukung utama dalam menunjang mobilitas masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut, Kediri memiliki tujuh stasiun kereta api yang tersebar di wilayah Kabupaten dan Kota, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Nama-nama Stasiun di Kediri

No	Nama Stasiun	Lokasi
1	Stasiun Kras	Dsn Purwodadi, Ds. Purwodadi, Kec. Kras, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64172
2	Stasiun Ngadiluwih	Desa Ngadiluwih, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64171
3	Stasiun Kediri	Balowerti, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129
4	Stasiun Susuhan	Ds. Gampengrejo, Kec. Gampengrejo, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64182
5	Stasiun Minggiran	Ds. Minggiran, Kec. Papar, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64153
6	Stasiun Papar	Dsn. Papar Selatan, Ds. Papar, Kec. Papar, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64153
7	Stasiun Purwoasri	Ds. Purwoasri, Kec. Purwoasri. Kab. Kediri, Jawa Timur, 64154

Sumber: web detik.com⁴

³ <https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-7110962/cara-cetak-e-boarding-pass-access-by-kai-tidak-perlu-pakai-kertas>. 25 April 2026. 11.35

⁴<https://www.detik.com/jatim/wisata/d-8268564/stasiun-kediri-warisan-sejarah-perkeretaapian-yang-masih-aktif>. 8 Januari 2026. 10.40.

Berdasarkan tabel 1.1, terdapat beberapa stasiun kereta api yang berada di wilayah Kediri, baik yang berada di Kota Kediri maupun di Kabupaten Kediri. Peneliti telah melakukan observasi awal terhadap stasiun yang tercantum pada tabel 1.1. Dari tujuh stasiun tersebut, peneliti memilih tiga stasiun sebagai perbandingan, diantaranya Stasiun Ngadiluwih, Stasiun Kota Kediri, dan Stasiun Papar. Pemilihan ketiga stasiun tersebut didasarkan dengan mempertimbangkan status operasional yang masih aktif dan jarak lokasi yang saling berdekatan. Stasiun Kota Kediri sebagai stasiun utama berada di pusat Kota Kediri memiliki keterhubungan langsung dengan Stasiun Papar yang berada di sisi utara Stasiun Kota Kediri, serta Stasiun Ngadiluwih yang berada di sisi selatan Stasiun Kota Kediri.

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah proses ketika konsumen sudah menetapkan pilihannya terhadap suatu produk atau jasa serta memiliki kesiapan untuk melakukan transaksi, baik dengan pembayaran secara langsung maupun melalui kesepakatan pembayaran tertentu, guna mendapatkan hak untuk memiliki atau memanfaatkan produk maupun layanan tersebut.⁵ Dalam proses menentukan pilihan untuk menggunakan layanan transportasi kereta api, konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memenuhi perjalanan mereka. Lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai tersebut mampu meningkatkan keputusan pembelian serta mendorong masyarakat untuk

⁵ Erna Tiningrum Laurensius Panji Ragatirta, "Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta)," *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 144.

memilih Stasiun Kota Kediri sebagai sarana keberangkatan dan kedatangan kereta api.

Ditinjau dari segi pemasarannya dengan menerapkan teori bauran pemasaran 7P menurut Kotler & Armstrong yang meliputi: produk, harga, promosi, lokasi, orang/SDM, proses/pelayanan, dan bukti fisik/fasilitas.⁶ Produk merupakan sesuatu yang disediakan dan ditawarkan kepada pasar dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan para konsumen. Harga adalah sejumlah nilai uang yang harus dibayarkan sebagai pertukaran atas suatu produk maupun jasa. Tempat merupakan lokasi di mana proses pelayanan jasa dilaksanakan. Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa yang dilakukan dengan tujuan menarik perhatian serta meyakinkan calon konsumen untuk melakukan pembelian. Orang meliputi semua pihak yang berperan dalam proses penyediaan serta penyampaian jasa kepada konsumen. Proses merupakan rangkaian tahapan atau prosedur yang disusun secara sistematis dalam penyampaian jasa. Bukti fisik atau fasilitas fisik adalah wujud nyata berupa sarana dan prasarana yang mendukung penyelenggaraan jasa.⁷ Sehingga diperoleh data perbandingan 3 stasiun sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Perbandingan Stasiun Ngadiluwih, Stasiun Kota Kediri,
dan Stasiun Papar di Jawa Timur

Pembanding 7P	Stasiun Ngadiluwih	Stasiun Kota Kediri	Stasiun Papar
Produk (product)	1. Kereta api lokal	1. Kereta api lokal 2. Kereta api antar kota	1. Kereta api lokal 2. Kereta api antar kota

⁶ P Kotler and G Armstrong, *Principles of Marketing, Global Edition* (Pearson Education, 2021).

⁷ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019).

		a. <i>Luxury</i> b. <i>Eksekutif</i> c. <i>Ekonomi</i>	a. <i>Eksekutif</i> b. <i>Ekonomi</i>
Harga (<i>Price</i>)	1. Kereta api lokal: Rp 10.000- Rp18.000	1. Kereta api lokal: Rp10.000-Rp18.000 2. Kereta api antar kota: Rp80.000- Rp1.440.000	1. Kereta api lokal: Rp10.000-Rp18.000 2. Kereta api antar kota: Rp80.000-Rp520.000
Lokasi (<i>place</i>)	Desa Ngadiluwih, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64171 1. Masuk gang sekitar 220 meter dari jalan raya	Balowerti, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129 1. Masuk gang sekitar 100 meter dari jalan raya 2. Lokasi strategis di tengah kota	Desa Papar, Kec. Papar, Kab. Kediri, Jawa Timur, 64153 1. Masuk gang sekitar 240 meter dari jalan raya
Promosi (<i>promotion</i>)	Menggunakan akun media sosial instagram @kai121	Menggunakan akun media sosial instagram @kai121_	Menggunakan akun media sosial instagram @kai121
Tenaga kerja (<i>people</i>)	15 orang, dengan rincian posisi: 1. Kepala stasiun (KS): 1 orang 2. Pengatur perjalanan kereta api (PPKA): 2 orang 3. Penjaga jalan lintasan (PJL): 4 orang 4. Petugas keamanan dalam (PKD): 4 orang 5. <i>Cleaning service</i> : 2 orang 6. Petugas pelumasan & kebersihan wesel (PPKW): 2 orang	79 orang, dengan rincian posisi: 1. Kepala stasiun (KS): 1 orang 2. Pengatur perjalanan kereta api (PPKA): 4 orang 3. Penjaga jalan lintasan (PJL): 20 orang 4. Petugas keamanan dalam (PKD): 12 orang 5. <i>Cleaning service</i> : 14 orang 6. Petugas pelumasan & kebersihan wesel (PPKW): 1 orang 7. <i>Passenger Service</i> (PS): 2 orang 8. Petugas loket: 6 orang 9. Kepala sub-urusan (kasubur): 2 Orang 10. Petugas rumah sinyal (PRS): 8 orang 11. <i>Customer service</i> : 3 orang 12. <i>Annoucer</i> : 3 orang 13. Petugas boarding: 1 orang 14. <i>Checker BHP</i> : 2 orang	20 orang, dengan rincian posisi: 1. Kepala stasiun (KS): 1 orang 2. Pengatur perjalanan kereta api (PPKA): 4 orang 3. Penjaga jalan lintasan (PJL): 4 orang 4. Petugas keamanan dalam (PKD): 4 orang 5. <i>Cleaning service</i> : 2 orang 6. Petugas pelumasan & kebersihan wesel (PPKW): 1 orang 7. <i>Passenger service</i> (PS): 1 orang 8. Petugas loket: 3 orang
Proses (<i>processs</i>)	1. Pemesanan tiket melalui aplikasi KAI Access 2. Penumpang wajib menunjukkan <i>E- Boarding Pass</i> berisi <i>QR code</i>	1. Pemesanan tiket dilakukan melalui KAI Access dan mitra penjualan resmi 2. Tiket <i>Go Show</i> untuk rute tertentu dapat	1. Pemesanan tiket dilakukan melalui KAI Access dan mitra penjualan resmi 2. Tiket <i>Go Show</i> untuk rute tertentu dapat

	kepada petugas sebelum masuk peron	dipesan 2 jam sebelum keberangkatan. 3. Penumpang wajib menunjukkan <i>E-Boarding Pass</i> berisi <i>QR code</i> sebelum memasuki peron.	dipesan 2 jam sebelum keberangkatan. 3. Penumpang wajib menunjukkan <i>E-Boarding Pass</i> berisi <i>QR code</i> sebelum memasuki peron.
Fasilitas fisik (<i>physical evidence</i>)	1. Dilengkapi CCTV 2. Memiliki 2 peron 3. Ada 1 ruang tunggu 4. Mushola 5. Toilet umum 6. <i>Charging station</i> 7. Papan informasi 8. Ada tanda panah untuk pintu keluar setelah penumpang turun dari kereta 9. Tidak ada kios makanan di dalam stasiun 10. Tidak ada loket parkir 11. Tidak ada tempat khusus untuk parkir	1. Dilengkapi CCTV 2. Memiliki 3 peron 3. Ada 2 ruang tunggu 4. Mushola 5. Toilet umum & difabel 6. <i>Charging station</i> 7. Pusat informasi penumpang 8. Ada tanda panah untuk pintu keluar setelah penumpang turun dari kereta 9. Ada 8 kios makanan di dalam stasiun 10. Ada loket parkir 11. Ada tempat khusus untuk parkir mobil dan sepeda motor 12. Melayani tiket <i>go show</i> dengan rute tertentu 13. <i>Boarding</i> tiket penumpang kereta api antar kota dan lokal dipisah 14. Loket tiket manual dan mesin tiket otomatis 15. Ruang menyusui 16. Pos kesehatan 17. Layanan pelanggan 18. ATM BSI 19. ATM BNI 20. Di barat stasiun, ada klinik mediska kediri Daop 7	1. Dilengkapi CCTV 2. Memiliki 2 peron 3. Ada 1 ruang tunggu 4. Mushola 5. Toilet umum 6. <i>Charging station</i> 7. Papan informasi 8. Tidak ada tanda panah untuk pintu keluar setelah penumpang turun dari kereta 9. Tidak ada kios makanan di dalam stasiun 10. Tidak ada loket parkir 11. Tidak ada tempat khusus untuk parkir 12. Melayani tiket <i>go show</i> dengan rute tertentu 13. <i>Boarding</i> tiket penumpang kereta api antar kota dan lokal tidak dipisah

Sumber: hasil data observasi pada tanggal 7 Desember 2025

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa Stasiun Kota Kediri memiliki beberapa keunggulan dibandingkan Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar. Keunggulan tersebut dapat dilihat dari kelengkapan layanan, kemudahan akses, serta fasilitas yang lebih memadai yang menjadikan

Stasiun Kota Kediri sebagai stasiun utama dan pusat aktivitas perkeretaapian di wilayah Kota Kediri.

Dari sisi produk, Stasiun Kota Kediri melayani jenis kereta api yang lebih beragam, mulai dari kereta api lokal, kereta api *luxury*, kereta api eksekutif, dan kereta api ekonomi. Keberagaman produk tersebut memberikan lebih banyak alternatif pilihan bagi pengguna jasa sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, ketersediaan berbagai kelas layanan memungkinkan penumpang untuk menyesuaikan tingkat kenyamanan dan fasilitas yang diinginkan selama perjalanan. Sementara itu, Stasiun Ngadiluwih memiliki cakupan layanan yang lebih terbatas karena hanya melayani kereta api lokal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pilihan produk transportasi di stasiun tersebut masih sederhana dan difokuskan pada perjalanan jarak dekat. Berbeda dengan itu, Stasiun Papar menyediakan layanan yang sedikit lebih beragam, yaitu kereta api lokal serta kereta api antarkota dengan kelas eksekutif dan ekonomi. Hal ini memberikan alternatif pilihan yang lebih luas dibandingkan Stasiun Ngadiluwih, meskipun masih belum selengkap Stasiun Kota Kediri.

Dari aspek harga, Stasiun Kota Kediri menunjukkan struktur tarif yang relatif serupa dengan Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar pada layanan kereta api lokal, yakni berada pada kisaran Rp10.000 hingga Rp18.000. Hal ini menandakan bahwa untuk perjalanan jarak dekat atau layanan lokal, ketiga stasiun tersebut menawarkan tingkat biaya yang sama.

Namun, perbedaan terlihat pada layanan kereta api antarkota. Di Stasiun Kota Kediri, tarif perjalanan antarkota berada pada rentang sekitar Rp80.000 hingga Rp1.440.000, yang mencerminkan adanya variasi kelas layanan serta tujuan perjalanan yang lebih luas. Sementara itu, Stasiun Papar memiliki kisaran tarif antar kota yang lebih rendah, yaitu sekitar Rp80.000 hingga Rp520.000. Adapun Stasiun Ngadiluwih tidak melayani kereta antarkota.

Selanjutnya dari aspek lokasi, Stasiun Kota Kediri memiliki posisi yang lebih strategis karena berada di kawasan Balowerti, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Letaknya relatif dekat dengan pusat aktivitas perkotaan, dengan akses masuk sekitar 100 meter dari jalan raya, sehingga lebih mudah dijangkau oleh pengguna jasa transportasi. Sementara itu, Stasiun Ngadiluwih yang berlokasi di Desa Ngadiluwih, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, berada sedikit lebih masuk ke dalam kawasan permukiman. Akses menuju stasiun ini membutuhkan perjalanan sekitar 220 meter dari jalan utama, sehingga tingkat kemudahan jangkauannya relatif lebih terbatas dibandingkan Stasiun Kota Kediri. Adapun Stasiun Papar yang terletak di Desa Papar, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri memiliki karakteristik akses yang hampir serupa, yakni berada sekitar 240 meter dari jalan raya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Stasiun Kota Kediri memiliki keunggulan dari sisi lokasi karena berada lebih dekat dengan pusat kota dan memiliki akses yang lebih singkat dibandingkan dua stasiun lainnya.

Dari aspek promosi, Stasiun Kota Kediri bersama Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar memiliki pola strategi yang seragam, yaitu memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Seluruh aktivitas promosi dilakukan melalui akun Instagram resmi @kai121_, yang menjadi platform utama untuk menyampaikan berbagai informasi terkait layanan kereta api. Penggunaan media sosial yang terintegrasi ini menunjukkan bahwa ketiga stasiun tidak menjalankan promosi secara terpisah, melainkan berada dalam satu sistem komunikasi yang dikelola secara terpusat.

Dari aspek tenaga kerja, Stasiun Kota Kediri memiliki jumlah sumber daya manusia yang paling besar dibandingkan dengan Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar, sejalan dengan cakupan layanan dan tingkat aktivitas operasional yang lebih kompleks. Di Stasiun Kota Kediri terdapat 79 orang pegawai dengan berbagai pembagian tugas yang cukup beragam. Struktur tersebut meliputi 1 orang Kepala Stasiun, 4 orang Pengatur Perjalanan Kereta Api (PPKA), 20 orang Penjaga Jalan Lintasan (P JL), 12 orang Petugas Keamanan Dalam (PKD), 14 orang *Cleaning Service*, 1 orang Petugas Pelumasan dan Kebersihan Wesel (PPKW), 2 orang *Passenger Service*, 6 orang Petugas Locket, 2 orang Kepala Sub-urusan, 8 orang Petugas Rumah Sinyal, 3 orang *Customer Service*, 3 orang *Announcer*, 1 orang Petugas *Boarding*, serta 2 orang *Checker* BHP.

Sementara itu, Stasiun Ngadiluwih memiliki jumlah tenaga kerja yang lebih sedikit, yaitu sebanyak 15 orang. Pembagian tugasnya terdiri dari

1 orang Kepala Stasiun, 2 orang PPKA, 4 orang PJJ, 4 orang PKD, 2 orang *Cleaning Service*, serta 2 orang Petugas Pelumasan dan Kebersihan Wesel. Komposisi ini menunjukkan bahwa operasional stasiun lebih sederhana dengan cakupan layanan yang terbatas. Adapun Stasiun Papar memiliki 20 orang tenaga kerja dengan struktur yang juga lebih ringkas dibandingkan Stasiun Kota Kediri. Rinciannya meliputi 1 orang Kepala Stasiun, 4 orang PPKA, 4 orang PJJ, 4 orang PKD, 2 orang *Cleaning Service*, 1 orang PPKW, 1 orang *Passenger Service*, serta 3 orang Petugas Loket.

Dari aspek proses, Stasiun Kota Kediri memiliki alur layanan yang lebih bervariasi dibandingkan dengan Stasiun Ngadiluwih, meskipun secara umum ketiganya telah menerapkan sistem digitalisasi dalam pelayanan tiket. Pada Stasiun Kota Kediri, pemesanan tiket dapat dilakukan melalui aplikasi KAI *Access* maupun melalui mitra penjualan resmi. Selain itu, tersedia pula layanan tiket *Go Show* untuk rute tertentu yang dapat dipesan sekitar dua jam sebelum keberangkatan. Setelah melakukan pemesanan, penumpang diwajibkan menunjukkan *E-Boarding Pass* yang berisi kode *QR* kepada petugas sebelum memasuki area peron. Sementara itu, Stasiun Papar juga menerapkan sistem yang serupa dengan Stasiun Kota Kediri, yaitu pemesanan tiket melalui KAI *Access* dan mitra resmi, disertai layanan tiket *Go Show* untuk beberapa rute tertentu dengan waktu pemesanan yang sama. Prosedur selanjutnya juga mengharuskan penumpang menunjukkan *E-Boarding Pass* sebelum memasuki peron. Adapun di Stasiun Ngadiluwih, proses pelayanan lebih sederhana, di mana pemesanan tiket dilakukan

melalui aplikasi *KAI Access*. Setelah itu, penumpang tetap diwajibkan menunjukkan *E-Boarding Pass* yang berisi kode *QR* sebagai syarat untuk dapat memasuki peron.

Dari aspek bukti fisik, Stasiun Kota Kediri memiliki fasilitas yang paling lengkap dan beragam dibandingkan dengan Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar, yang mencerminkan tingkat pelayanan yang lebih tinggi serta fungsi stasiun sebagai pusat aktivitas transportasi di wilayah tersebut. Stasiun Kota Kediri dilengkapi dengan CCTV, tiga peron, dua ruang tunggu, mushola, toilet umum dan difabel, *charging station*, pusat informasi penumpang, serta penanda arah keluar yang jelas. Selain itu, stasiun ini juga menyediakan berbagai fasilitas tambahan seperti kios makanan, loket parkir, area parkir khusus kendaraan, ruang menyusui, pos kesehatan, layanan pelanggan, ATM, serta klinik Mediska di sekitar area stasiun. Sistem pelayanan di stasiun ini juga lebih modern dengan adanya pemisahan boarding untuk penumpang kereta antarkota dan lokal, serta kombinasi loket manual dan mesin tiket otomatis, termasuk layanan tiket *go show*.

Sementara itu, Stasiun Ngadiluwih memiliki fasilitas yang lebih sederhana, meskipun sudah dilengkapi CCTV, dua peron, satu ruang tunggu, mushola, toilet umum, *charging station*, dan papan informasi. Namun, stasiun ini belum memiliki kios makanan, loket parkir, maupun area parkir khusus, serta fasilitas pendukung lainnya masih terbatas. Adapun Stasiun Papar juga memiliki fasilitas dasar seperti CCTV, dua peron, satu ruang tunggu, mushola, toilet umum, *charging station*, dan papan informasi.

Namun, beberapa fasilitas tambahan seperti penanda arah keluar, kios makanan, serta fasilitas parkir juga belum tersedia. Selain itu, sistem boarding di Stasiun Papar belum memisahkan layanan kereta antarkota dan lokal, berbeda dengan Stasiun Kota Kediri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas Stasiun Kota Kediri, diperoleh informasi bahwa penjualan tiket kereta api lokal mencapai rata-rata 1.300 tiket per hari. Sementara itu, penjualan tiket kereta api antar kota tercatat sekitar 650 tiket per hari. Di sisi lain, pada Stasiun Ngadiluwih dan Stasiun Papar, penjualan tiket kereta api lokal relatif lebih rendah, yaitu masing-masing sekitar 150 tiket per hari. Perbedaan jumlah tersebut menggambarkan bahwa intensitas penggunaan layanan di Stasiun Kota Kediri jauh lebih tinggi, baik dari segi volume penumpang maupun aktivitas perjalanan, dibandingkan dua stasiun lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tiket kereta api lokal lebih banyak diminati oleh pengguna jasa di Stasiun Kota Kediri dibandingkan dengan tiket kereta api antar kota. Hal ini terlihat dari jumlah penjualan tiket lokal yang mencapai sekitar dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan tiket perjalanan antar kota. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat lebih dominan pada mobilitas jarak dekat atau perjalanan lokal yang bersifat rutin dibandingkan perjalanan jarak jauh.

Preferensi masyarakat dalam menggunakan kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri dibandingkan dengan stasiun lainnya dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, khususnya dari aspek lokasi dan fasilitas. Stasiun

Kota Kediri memiliki posisi yang strategis karena berada di pusat kota, sehingga lebih mudah dijangkau oleh berbagai kalangan pengguna jasa transportasi dari berbagai wilayah. Selain itu, Stasiun Kota Kediri juga didukung oleh ketersediaan fasilitas yang lebih lengkap dan memadai. Fasilitas tersebut antara lain ruang tunggu yang nyaman, jumlah peron yang lebih banyak, serta berbagai sarana penunjang lainnya yang meningkatkan kenyamanan penumpang selama berada di area stasiun. Kombinasi antara lokasi yang strategis dan kelengkapan fasilitas tersebut menjadi alasan utama masyarakat lebih memilih Stasiun Kota Kediri sebagai tempat keberangkatan maupun kedatangan kereta api lokal dibandingkan stasiun lainnya.

Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian konsumen merupakan bagian yang erat kaitannya dengan penerapan bauran pemasaran. Bauran pemasaran mencakup tujuh komponen utama dalam *marketing mix*, yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik, yang secara umum diterapkan oleh perusahaan sebagai strategi untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen.⁸ Peneliti melakukan observasi terhadap 35 konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri untuk memperoleh faktor yang memengaruhi keputusan pembelian berdasarkan konsep bauran pemasaran “7P” sebagai berikut:

⁸ Ucu Musahidah dan Triyono Fauzan Al Anshori, “Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2025): 173.

Tabel 1.3
Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian
tiket di Stasiun Kota Kediri

No	Faktor	Jumlah
1	Produk	5
2	Harga	5
3	Lokasi	16
4	Promosi	0
5	Tenaga Kerja	0
6	Proses	1
7	Bukti Fisik/Fasilitas	8
Total		35

Sumber: data diolah, 14 Desember 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.3, hasil observasi yang melibatkan 35 responden, diketahui bahwa 5 responden mempertimbangkan produk, 5 responden memilih harga, 16 responden menilai lokasi sebagai faktor utama, tidak ada responden yang memilih promosi maupun tenaga kerja, 1 responden mempertimbangkan proses, dan 8 responden memilih fasilitas. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian tiket di Stasiun Kota Kediri menurut teori bauran pemasaran 7P adalah lokasi dan fasilitas.

Lokasi merupakan keputusan strategis yang diambil perusahaan dalam menetapkan tempat usaha sebagai pusat pelaksanaan kegiatan operasional serta sebagai sarana pendistribusian produk atau jasa kepada konsumen. Lokasi dapat memengaruhi kemudahan akses konsumen serta menentukan keberhasilan dalam menjangkau sasaran pasar yang dituju.⁹

Menurut Tjiptono, lokasi berkaitan dengan serangkaian aktivitas pemasaran

⁹ Desy dan Rusnandari Retno Cahyani Rosiana, "Strategi Pemilihan Lokasi Usaha Yang Optimal Dan Strategis Untuk Keberhasilan Bisnis Bagi Para Perintis Usaha," *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital* 1, no. 2 (2024): 114.

yang dilakukan perusahaan untuk memperlancar serta mempermudah proses penyampaian atau pendistribusian barang dan jasa dari pihak produsen kepada konsumen. Penetapan lokasi yang tepat berperan penting dalam mendukung kelancaran distribusi, meningkatkan kemudahan jangkauan konsumen, serta menunjang keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan usahanya.¹⁰

Fasilitas juga memiliki peranan yang sangat krusial dalam pemasaran dan strategi bisnis. Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa fasilitas adalah berbagai sarana fisik yang disediakan oleh penyedia jasa sebagai pendukung utama dalam menciptakan kenyamanan bagi konsumen selama menggunakan jasa yang ditawarkan. Fasilitas tidak hanya mencakup bangunan, perlengkapan, dan peralatan pendukung, tetapi juga kondisi lingkungan sekitar yang berperan dalam menciptakan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen.¹¹

Selain melakukan pra-penelitian, peneliti turut mengumpulkan dan menelaah berbagai referensi yang relevan dengan kajian mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Aina¹² dan Lutvi Tria Habibah¹³ dengan hasil

¹⁰ Kevin Andreas Siboro, Endang M Sasmita, and Bida Sari, "Pengaruh Promosi , Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika," *Jurnal Ekonomika* 4, no. 3 (2021): 156.

¹¹ Ade Ilham Prasetyo Jumawan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wuling Arista Bekasi," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 12 (2024): 430.

¹² Aina, "*Skripsi: Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hafiz Resto di Siak Sri Indrapura*", (Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021).

¹³ Lutvi Tria Habibah, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Komsumen Di Bromfiets Cafe Srengat Blitar," 2020.

bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Selsi Delvita Suryani, dkk¹⁴ dan Moechammad Fadhli Dzil Ikrom, dkk¹⁵ dengan hasil bahwa variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Peneliti juga menemukan penelitian lainnya oleh Irda Jumini¹⁶ dan Muchammad Danis Wahyudi, dkk¹⁷ dengan hasil bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Al Anshori, dkk¹⁸ dan Moch Isyaraq Fathan¹⁹ dengan hasil bahwa variabel fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Lokal (Studi Pada Stasiun Kota Kediri)”**.

¹⁴ Selsi Delvita Suryani, dkk, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Belina Mart Batusangkar,” *Jurnal Studi Islam* 1, no. 1 (2024): 35.

¹⁵ Moechammad Fadhli Dzil Ikrom dan Theresia Pradiani, “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Tanah Kavling Bukit Palm Singhasari Malang,” *Jurnal Manajemen dan Profesional* 4, no. 2 (2023): 141.

¹⁶ Irda Jumini, “*Skripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam*”, (Universitas Putera Batam, 2020).

¹⁷ Muchammad Danis Wahyudi, dkk, “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepi Bambu Cafe & Resto Kota Depok,” *Jurnal Manajemen* 4, no. 4 (2025): 841.

¹⁸ Fauzan Al Anshori, “Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix* 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2025): 183.

¹⁹ Moch Isyaraq Fathan, “*Skripsi: Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Intensitas Internet Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Konsumen Ojek Online Di Kecamatan Talang Kelapa Kota Palembang)*”, (Universitas Indo Global Mandiri, 2023).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana lokasi Stasiun Kota Kediri?
2. Bagaimana fasilitas Stasiun Kota Kediri?
3. Bagaimana keputusan pembelian untuk tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian untuk tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian untuk tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui lokasi di Stasiun Kota Kediri
2. Untuk mengetahui fasilitas di Stasiun Kota Kediri
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri
5. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri

6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal di Stasiun Kota Kediri

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil temuan ini mampu memberikan kontribusi penting bagi perkembangan ilmu pengetahuan, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan bagi pihak pengelola Stasiun Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk membantu pengelola dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa kereta api. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dijadikan dasar dalam perencanaan pengembangan fasilitas serta penataan lokasi di masa mendatang.

- b. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi para pembaca.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan penulis:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Riyanto dengan judul Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di *Cluster* Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya).²⁰

Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Surya Metal Berjaya. Kondisi tersebut dibuktikan melalui besarnya nilai koefisien beta sebesar 0,735 dan 0,537. Hasil perhitungan $F_{hitung} = 58,688$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $58,688 > 3,20$. Pengujian selanjutnya menggunakan uji determinasi (R^2) sebesar 0,727 atau 72,7%. Hal ini membuktikan bahwa lokasi dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, sebesar 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam pembahasan penelitian ini.

²⁰ Riyanto, *Skripsi: "Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya)"*, (Universitas Buddhi Dharma Tangerang, 2020).

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada kajian mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian serta sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Perbedaannya, penelitian Riyanto memakai dua variabel bebas berupa lokasi dan harga, sedangkan penelitian ini menggunakan lokasi dan fasilitas sebagai variabel independen. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada PT. Surya Metal Berjaya, sementara penelitian ini berfokus pada Stasiun Kota Kediri sebagai tempat penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Isabellawati dengan judul Pengaruh Lokasi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat (Studi Pada Konsumen *Chocolata Cafe* Kediri).²¹

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi dan produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Chocolata Cafe* Kediri pada tahun 2019. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi linier berganda dengan persamaan $Y = -9,507 + 0,783 X_1 + 0,363 X_2$. Selain itu, pengujian hipotesis menggunakan uji f dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} . Dari hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 150,290 yang lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 3,09, serta tingkat signifikansi sebesar 0,000. Pengujian selanjutnya

²¹ Isabellawati, *Skripsi: "Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat (Studi Pada Konsumen Chocolata Cafe Kediri)"*, (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019).

menggunakan uji determinasi (R^2) sebesar 0,754 atau 75,4%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen varian coklat pada konsumen *Chocolata Cafe* Kediri tahun 2019. Sedangkan sebesar 24,6% bagian lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini, seperti harga dan promosi.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada kajian mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian serta sama-sama menerapkan metode penelitian kuantitatif. Namun, penelitian Isabellawati menggunakan dua variabel bebas, yaitu lokasi dan produk, sedangkan penelitian ini memakai variabel lokasi dan fasilitas. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada *Chocolata Cafe* Kediri, sementara penelitian ini berfokus pada Stasiun Kota Kediri sebagai tempat penelitian..

3. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Fatmalasari dengan judul Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Telaga Biru.²²

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Kawasan Telaga Biru. Hal tersebut dibuktikan melalui uji t, di mana variabel lokasi (X_1) menunjukkan nilai sebesar 3,672 dengan

²² Eka Fatmalasari, *Skripsi: "Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Telaga Biru"*, (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022).

signifikansi $< 0,05$, sedangkan variabel fasilitas (X2) memperoleh nilai 6,200 dengan signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) dan fasilitas (X2) memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan di Kawasan Telaga Biru. Hal ini juga diperkuat melalui hasil uji f yang menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 40,248 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $40,248 > 3,09$ sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Model regresi yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi (X1) dan fasilitas (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan di Kawasan Telaga Biru. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,445 mengindikasikan bahwa sebesar 44,5% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor lokasi dan fasilitas, sedangkan 55,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kesamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas serta penggunaan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terdapat pada variabel *dependent* (Y), di mana penelitian sebelumnya membahas keputusan berkunjung, sedangkan penelitian ini menjadikan keputusan pembelian sebagai variabel *dependent*. Selain itu, objek penelitian pun berbeda, penelitian terdahulu dilakukan di Kawasan Telaga Biru, sedangkan penelitian ini menjadikan Stasiun Kota Kediri sebagai lokasi penelitian.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Tohirin dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang).²³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,510 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,984 ($3,510 > 1,984$), serta tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Di sisi lain, variabel lokasi (X2) juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,808 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($3,808 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 20,209 yang lebih besar daripada f_{tabel} 3,09 ($20,209 > 3,09$), serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Modern King's Matador Majenang.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pembahasan mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya

²³ Ahmad Tohirin, *Skripsi: "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang)"*, (Universitas Islam Negeri Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021).

terdapat pada variabel *dependent* (Y), di mana penelitian terdahulu berfokus pada kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, yaitu penelitian sebelumnya dilakukan di Angkringan Modern King's Matador Majenang, sementara penelitian ini mengambil Stasiun Kota Kediri sebagai lokasi penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lutvi Tria Habibah dengan judul Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Komsumen di *Bromfiets Cafe* Srengat Blitar.²⁴

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan melalui uji f yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,832 mengindikasikan bahwa sebesar 83,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lokasi dan harga, sedangkan 16,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada kajian mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian serta sama-sama menerapkan metode penelitian kuantitatif. Namun, penelitian Lutvi Tria Habibah menggunakan variabel bebas berupa

²⁴ Lutvi Tria Habibah, *Skripsi: "Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Komsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar"*, (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

lokasi dan harga, sedangkan penelitian ini memakai variabel lokasi dan fasilitas sebagai variabel *independent*. Selain itu, objek penelitian juga menunjukkan perbedaan, di mana penelitian terdahulu dilakukan di *Bromfiets Cafe* Srengat Blitar, sementara penelitian ini berfokus pada Stasiun Kota Kediri sebagai lokasi penelitian.