

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

LOYALITAS PENGGUNA KARTU MULTI TRIP (KMT) PADA PT KAI COMMUTER JABODETABEK

Disusun oleh:

Nama : Azzahra Puteri Sindy
NPM : 2230011047
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2026



LOYALITAS PENGGUNA KARTU MULTI TRIP (KMT) PADA PT KAI COMMUTER JABODETABEK

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Terapan

Oleh

**NAMA : AZZAHRA PUTERI SINDY
NPM : 2230011047
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK**

SKRIPSI

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2026

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : Azzahra Puteri Sindy
NPM : 2230011047
JURUSAN : Administrasi Bisnis
PROGRAM STUDI : Administrasi Bisnis Sektor Publik
JUDUL : Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada PT
KAI Commuter Jabodetabek

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Pada 1 Juli 2026

Pembimbing



Adriwati, SE., DEA

NIP: 196712141993032001

LEMBAR PENGESAHAN

Diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan
Politeknik STIA LAN Jakarta pada 07 Juli 2026

Ketua merangkap Anggota



(Dr. Hamka, MA)

Sekretaris merangkap Anggota

(Karnida Retta Ginting, S.E., MM)

Anggota

(Adriwati, S.E, DEA)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Azzahra Puteri Sindy
NPM : 2230011047
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **“Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada PT KAI Commuter Jabodetabek”** merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan.

Jakarta, 07 Juli 2026

Penulis,



Azzahra Puteri Sindy

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada PT KAI Commuter Jabodetabek” dengan lancar. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Adriwati, S.E, DEA., selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala kesabaran, arahan, masukan, serta motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Selanjutnya, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. R. Luki Karunia, M.A., selaku Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta beserta jajaran yang telah memberikan fasilitas yang memadai dan ilmu yang bermanfaat selama pendidikan.
2. Bapak Muhammad Rizki, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Sektor Publik.
3. Bapak Budi Priyono, S.E., M.M., dan Bapak Dr. Hamka, MA., selaku dosen pembahas pada Seminar Proposal, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat bermanfaat sehingga membantu dalam penyusunan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Hamka, MA., dan Karnida Retta Ginting, S.E., M.M., selaku dosen penguji pada Sidang Tugas Akhir, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga peneliti dapat menyempurnakan hasil penelitian skripsi ini.
5. Pihak PT KAI Commuter yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian.
6. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, serta memberikan informasi yang sangat berarti bagi penyusunan penelitian ini.

7. Teruntuk pemilik cinta kasih terbesar, Mama Susi. Terima kasih Mama atas segala cinta, doa, kepercayaan, dan dukungan yang selalu diberikan kepada peneliti. Peneliti meyakini bahwa setiap kemudahan dan kelancaran yang diberikan Allah SWT dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa-doa yang selalu Mama panjatkan. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan Mama.
8. Teruntuk cinta pertama peneliti, Alm. Papa Budi. Terima kasih atas bentuk cinta paling tulus yang telah Papa berikan. Meskipun kebersamaan kita terhitung singkat, tetapi kenangan, didikan, dan cinta Papa akan selalu hidup dalam hati peneliti. Terima kasih karena selalu hadir dalam doa, kenangan manis, bahkan mimpi-mimpi peneliti ketika berada di titik terendah. Peneliti meyakini bahwa kasih dan sayang Papa senantiasa menyertai setiap langkah yang peneliti tempuh.
9. Teruntuk adik-adik peneliti, Rafi, Fari, dan Krisna. Terima kasih atas pengertian, bantuan, serta semangat yang selalu diberikan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan di masa kuliah *Teyoy Ceyem*: Joyya, Astrid, Nadya, Ismi, Jiha, Maritza, Evelina, Agatha, dan Fadil, serta Mutiara, Elprida, Nabilla, dan Fauzan, terima kasih atas segala dukungan, canda tawa, serta kenangan yang tercipta begitu indah.
11. Kepada orang-orang baik yang peneliti temui dalam berbagai persinggahan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, perhatian, dan kebaikan yang diberikan. Peneliti meyakini kelancaran perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak luput dari doa-doa tulus yang diberikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun peneliti harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca serta menjadi kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 01 Juli 2026

Azzahra Puteri Sindy

ABSTRAK

Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT) Pada PT KAI Commuter Jabodetabek

Azzahra Puteri Sindy, Adriwati

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penurunan jumlah penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) pada layanan PT KAI Commuter yang terjadi setiap tahunnya. Penurunan tersebut mengindikasikan adanya perubahan preferensi pengguna dalam memilih metode pembayaran untuk mendukung aktivitas perjalanan menggunakan KRL Commuter. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh PT KAI Commuter untuk meningkatkan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sebelas orang *key informant*, serta dilengkapi dengan metode observasi dan telaah dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan pengguna terhadap metode pembayaran yang terintegrasi pada berbagai moda transportasi merupakan temuan dominan yang muncul secara konsisten pada setiap faktor yang diteliti. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan integrasi penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) menjadi penyebab utama penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT). Selain itu, kendala operasional atau teknis masih kerap terjadi pada fasilitas pendukung Kartu Multi Trip (KMT). Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan PT KAI Commuter untuk memperluas kerja sama integrasi dengan operator transportasi lain serta meningkatkan keandalan fasilitas pendukung. Rekomendasi tersebut diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT KAI Commuter dalam mempertahankan loyalitas pengguna di tengah persaingan dengan metode pembayaran lain.

Kata kunci: Loyalitas Pengguna; Kartu Multi Trip (KMT); PT KAI Commuter

ABSTRACT

Customer Loyalty of Multi Trip Card (KMT) Users at KAI Commuter Jabodetabek

Azzahra Puteri Sindy, Adriwati

This research is motivated by the phenomenon of a yearly decline in the usage of Multi Trip Card (KMT) on PT KAI Commuter's services. This decline indicates a shift in user preferences regarding payment methods used to support travel activities on the KRL Commuter. In response to this issue, this research aims to identify the factors contributing to the decline in Multi Trip Card (KMT) user loyalty and to provide recommendations that PT KAI Commuter can implement to improve user loyalty. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with eleven key informants, complemented by observation and document review. The result show that users' need for an integrated payment method across various modes of transportation is the dominant finding that consistently emerged across all factors examined. This finding indicates that limited integration in Multi Trip Card (KMT) usage is the primary cause of the decline in user loyalty. In addition, operational and technical issues still frequently occur in Multi Trip Card (KMT) supporting facilities. Based on these findings, this research recommends that PT KAI Commuter expand integration partnerships with other transportation operators and improve the reliability of supporting facilities. These recommendations are expected to serve as input for PT KAI Commuter in maintaining user loyalty amid competition from other payment methods.

Keywords: User Loyalty; Multi Trip Card (KMT); PT KAI Commuter.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Permasalahan	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Tinjauan Kebijakan	15
B. Tinjauan Teori	20
C. Studi Penelitian Terdahulu	36
D. Konsep Kunci.....	41
E. Kerangka Berpikir.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Metode Penelitian.....	49
B. Teknik Pengumpulan Data.....	50
C. Instrumen Penelitian.....	53
D. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
A. Penyajian Data	57
B. Pembahasan	73

C. Sintesis Pemecahan Masalah.....	92
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Penggunaan Kartu Multi Trip (KMT)	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Profile Key Informant	62
Tabel 4. 2 Telaah Dokumen Pengisian KMT	77

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Kereta Api Tahun 2025	6
Gambar 1.2 Transaksi Tiket Commuter Line Tahun 2025	8
Gambar 1. 3 Perbandingan KMT dengan e-money.....	11
Gambar 1. 4 Komentar Pengguna Mengenai Harapan Desain Baru KMT.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 4.1 Kartu Multi Trip Reguler	59
Gambar 4. 2 Kartu Multi Trip Edisi Khusus	60
Gambar 4. 3 Metode Pengisian Saldo Kartu Multi Trip (KMT).....	76
Gambar 4. 4 Layout Fasilitas Fisik.....	83

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Peningkatan mobilitas masyarakat di wilayah perkotaan yang didominasi oleh penggunaan kendaraan pribadi menyebabkan kondisi lalu lintas semakin padat. Volume jumlah kendaraan pribadi tidak sebanding dengan kapasitas jalan yang tersedia, sehingga kemacetan akibat kepadatan lalu lintas menjadi persoalan yang sulit dihindari di berbagai kota besar (Mu'allimah & Mashpufah, 2021). Kondisi tersebut melatarbelakangi pemangku kebijakan mengembangkan sarana dan prasarana transportasi publik yang lebih memadai sebagai upaya untuk menekan penggunaan kendaraan pribadi. Kehadiran transportasi publik diharapkan mampu mengurangi kemacetan, dikarenakan transportasi publik dapat menjadi solusi untuk menekan jumlah kendaraan di jalan. Kapasitas yang cukup besar dibandingkan kendaraan pribadi, memungkinkan transportasi publik untuk dapat mengangkut lebih banyak penumpang disetiap perjalanan. Hal ini menjadikan transportasi publik dapat menjadi pilihan untuk masyarakat yang menginginkan perjalanan yang cepat, hemat waktu, dan dengan biaya yang terjangkau.

Salah satu moda transportasi publik yang paling diminati masyarakat adalah kereta api. Pada era modern saat ini, masyarakat mencari sarana transportasi yang cepat, efisien, dan nyaman (Musyaffa & Ngatno, 2019). Sejalan dengan itu, kereta api memenuhi kriteria tersebut karena mampu melaju dengan kecepatan tinggi serta memiliki jalur khusus yang tidak terpengaruh oleh kemacetan jalan raya. Keunggulan ini berbeda dengan angkutan umum lain seperti bus maupun kendaraan jalan lain yang tetap terjebak kemacetan. Pada hasil penelitian (Dewi, 2020), menunjukan bahwa kereta api mencapai waktu tempuh lebih cepat dibandingkan bus angkutan kota. Kelebihan inilah yang menjadikan masyarakat lebih memilih kereta api untuk perjalanan yang cepat, efisien, dan terstruktur.

Keunggulan lain dari kereta api adalah prioritas utama pada perlintasan sebidang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang

Perkeretaapian, pada perpotongan jalan sebidang antara jalur kereta api dan jalan, pengguna jalan wajib mendahulukan perjalanan kereta api yang akan melintas. Hal ini dikarenakan kereta api merupakan kendaraan yang memerlukan jarak pengereman yang panjang, sehingga tidak dapat berhenti mendadak. Oleh karena itu, jika ada kendaraan pribadi yang tidak mematuhi peraturan ini dan menerobos perjalanan kereta api, dapat berisiko tinggi menimbulkan kecelakaan yang mengancam keselamatan jiwa.

Dengan demikian, mendahulukan perjalanan kereta api bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga kebutuhan untuk menjaga keselamatan bersama. Selain mengangkut penumpang dan barang, kereta api juga berperan dalam kelancaran transportasi massal yang penting bagi perekonomian dan mobilitas masyarakat (Pitaloka, 2024). Berbagai manfaat dapat diperoleh dari penggunaan kereta api, antara lain kemampuan mencapai jarak jauh dalam waktu singkat, minim risiko kecelakaan lalu lintas, ramah lingkungan, serta dapat mengurangi kesenjangan ekonomi antar wilayah karena menghubungkan kota-kota besar dengan daerah-daerah kecil (Jati & Yenita, 2023).

Di wilayah Jabodetabek, layanan kereta api dikelola oleh KAI Commuter, yang merupakan anak perusahaan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Layanan *commuter line* menjadi salah satu moda transportasi yang digunakan masyarakat untuk menunjang mobilitas sehari-hari, khususnya bagi pelajar dan pekerja dengan pola perjalanan rutin. Bagi pengguna dengan jarak tempuh relatif jauh, *commuter line* kerap menjadi pilihan utama karena memiliki waktu tempuh yang lebih efisien dan relatif stabil dibandingkan dengan penggunaan kendaraan pribadi, terutama di tengah kondisi lalu lintas perkotaan yang padat.

Sebagai penyedia layanan publik, KAI Commuter terus melakukan inovasi yang mengikuti perkembangan teknologi. Sistem pembayaran yang sebelumnya masih menggunakan tiket kertas secara manual dinilai kurang efisien, sehingga kemudian dikembangkan sistem tiket elektronik (*e-ticketing*) pada layanan *commuter line*. *E-ticketing* diterapkan dengan tujuan untuk meminimalkan biaya dari percetakan kertas tiket dan mengoptimalkan kenyamanan pengguna (Makmun & Wijaya, 2020). Pada

sistem pembayaran manual, proses masuk dan keluar stasiun masih dilakukan secara konvensional sehingga dapat menimbulkan antrean panjang dan tidak mendukung kecepatan transaksi dalam kondisi mobilitas yang tinggi. Pada tahun 2013, KAI Commuter mulai menerapkan *e-ticketing* dengan penggunaan *gate tap in* dan *tap out*. Namun, dalam penggunaan awalnya masih menggunakan jaminan kartu berupa Tiket Harian Berjaminan (THB), yang harus dibeli setiap kali melakukan perjalanan dan dikembalikan setelah perjalanan selesai. Seiring dengan perkembangan sistem pembayaran, penggunaan kartu elektronik semakin dioptimalkan melalui penerapan stasiun uang elektronik, yaitu stasiun yang hanya melayani transaksi nontunai seperti Kartu Multi Trip (KMT), kartu prabayar bank, maupun pembayaran berbasis QR Code. Tujuan dari adanya pembaharuan yang lebih modern ini untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Penerapan sistem tiket elektronik dalam penggunaan layanan pada KAI Commuter melalui Kartu Multi Trip (KMT) menjadi solusi untuk mempermudah pengguna *commuter line* dalam mengakses dan menggunakan layanan. Kartu Multi Trip (KMT) adalah kartu prabayar isi ulang yang dapat digunakan penumpang *commuter line* dengan ketentuan saldo minimum dan dapat diisi ulang di seluruh stasiun *commuter line* di Jabodetabek (Makmun & Wijaya, 2020). Kartu Multi Trip (KMT) diterbitkan oleh PT Kereta Commuter Indonesia dengan tujuan untuk memberikan kemudahan transaksi tiket elektronik *commuter line* tanpa antre, cepat, mudah, serta praktis (KCI, 2022).

Kehadiran Kartu Multi Trip (KMT) memberikan fleksibilitas baik bagi penumpang maupun dari sisi pelayanan. Bagi pengguna, Kartu Multi Trip (KMT) memudahkan proses akses perjalanan karena transaksi dapat dilakukan secara cepat dan langsung. Sementara itu, dari sisi operasional, sistem ini memungkinkan perhitungan tarif dilakukan secara otomatis berdasarkan jarak tempuh, sehingga meningkatkan efisiensi layanan. Dengan berbagai kemudahan tersebut, Kartu Multi Trip (KMT) diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna jasa *commuter line*, yang pada akhirnya berpotensi mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan.

Loyalitas dipahami sebagai bentuk komitmen jangka panjang. Dalam konteks bisnis, Hesket (1994) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan berperan penting dalam menjaga keberlanjutan dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang (Budiarno et al., 2022). Ditengah pertumbuhan bisnis yang semakin pesat dan kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan strategi bisnis yang memberikan nilai (*value*) secara konsisten untuk membangun kepercayaan pelanggan serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

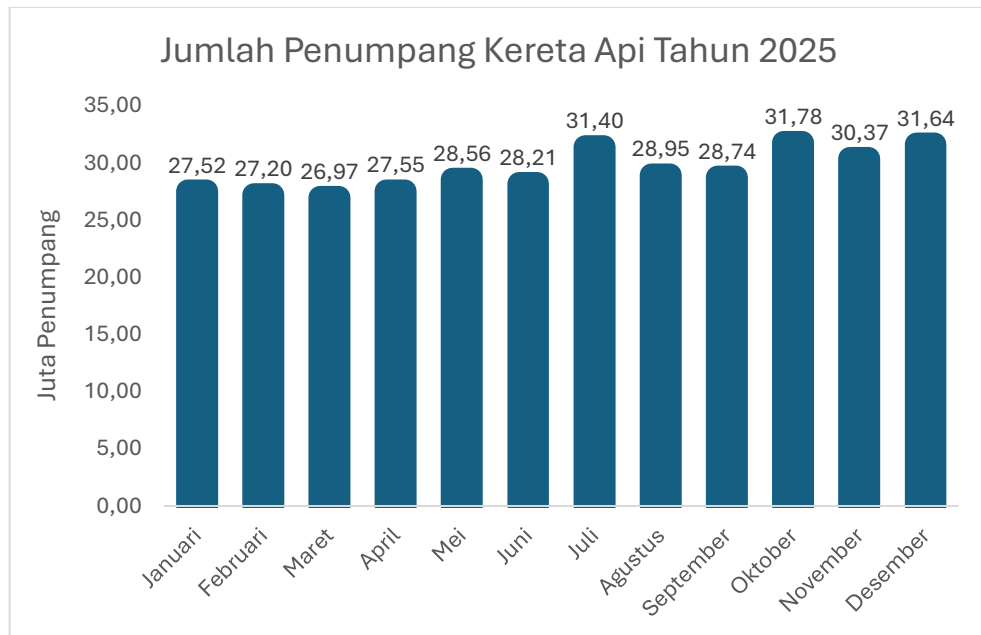
Dalam praktiknya, pelanggan yang loyal dinilai lebih menguntungkan dibandingkan pelanggan baru. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan lama relatif lebih hemat dibandingkan menarik pelanggan baru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Fatima & Razzaque dalam (Wardhana, 2024), yang menyebutkan bahwa dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, banyak perusahaan yang lebih memilih berfokus pada mempertahankan pelanggan daripada hanya sekedar mendapatkan pelanggan baru. Hal ini disebabkan oleh tingginya biaya yang harus dikeluarkan untuk aktivitas promosi dan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga loyalitas melalui pemberian nilai yang sesuai harapan pelanggan serta kualitas layanan yang memuaskan, perusahaan dapat menekan biaya promosi karena telah memiliki basis pelanggan yang setia.

Griffin (2005) mengidentifikasi bahwa pelanggan loyal merupakan aset penting bagi sebuah bisnis karena pelanggan yang loyal memiliki kecenderungan melakukan pembelian berulang secara teratur, menggunakan berbagai layanan yang ditawarkan, merekomendasikan kepada orang lain, serta menunjukkan ketahanan terhadap daya tarik produk/layanan pesaing (Srisusilawati et al., 2023). Dalam konteks layanan jasa, khususnya transportasi publik, pengalaman pengguna menjadi faktor kunci dalam menentukan keberlanjutan penggunaan layanan untuk membentuk loyalitas. Hal ini disebabkan oleh karakteristik jasa yang tidak berwujud (*intangible*) dan tidak dapat disimpan, sehingga manfaat hanya dirasakan pada saat layanan tersebut digunakan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan dalam sektor jasa sangat erat kaitannya dengan tingkat kepuasan yang diperoleh selama proses penggunaan layanan (Srisusilawati et al., 2023).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beragam faktor, seperti kualitas layanan, tingkat kepuasan, kemudahan pengguna, serta persepsi nilai yang diperoleh pengguna saat menggunakan layanan jasa. Dengan demikian, loyalitas pelanggan tidak hanya terbentuk dari satu faktor saja, melainkan berkaitan erat dengan pengalaman pengguna jasa secara langsung. Penelitian yang dilakukan oleh (Yani et al., 2022) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan itu, (Harun et al., 2022) dalam penelitiannya di Hotel Elji Kota Gorontalo menemukan bahwa kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Temuan serupa ditunjukkan oleh (Farouk, 2024) pada pengguna maskapai Citilink Indonesia, yang mengungkapkan bahwa harga, kualitas layanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Selain itu, (Chairy, 2021) juga menyatakan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Sepeda Motor Ahas 2192 Medan. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa berbagai variabel yang berkaitan dengan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi berbagai aspek yang mencerminkan preferensi serta pengalaman pelanggan dalam menggunakan jasa.

Dalam beberapa tahun terakhir, layanan jasa kereta api Jabodetabek terus mengalami peningkatan jumlah penumpang pada setiap tahunnya. Tingginya jumlah pengguna *commuter line* menunjukkan bahwa layanan ini memiliki peran penting dalam menunjang mobilitas masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan dan sekitarnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), total jumlah penumpang kereta api (KRL) Jabodetabek pada tahun 2025 mencapai 348,90 juta penumpang. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 6,32% dibanding tahun 2024 yang hanya 328,15 juta penumpang. Berikut ini adalah data jumlah penumpang kereta api Jabodetabek pada setiap bulannya di tahun 2025.



Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Kereta Api Tahun 2025

Sumber: (BPS, 2025), data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan gambar 1.1 mengenai Jumlah Penumpang Kereta Api Tahun 2025, terlihat bahwa jumlah penumpang setiap bulan cenderung fluktuatif namun relatif stabil. Pada awal tahun, jumlah penumpang sebesar 27,52 juta, yang kemudian mengalami penurunan hingga mencapai titik terendah pada bulan Maret sebesar 26,97 juta penumpang. Selanjutnya, jumlah penumpang mulai menunjukkan tren peningkatan dan mencapai puncak pada bulan Juli sebesar 31,40 juta penumpang. Kenaikan ini diduga dipengaruhi oleh periode libur sekolah sehingga meningkatkan mobilitas masyarakat untuk berpergian.

Setelah bulan Juli, jumlah penumpang pada bulan Agustus dan September kembali mengalami penurunan. Namun, pada bulan Oktober terjadi peningkatan kembali hingga mencapai angka tertinggi dalam tahun tersebut, yaitu 31,78 juta penumpang. Pada akhir tahun, jumlah penumpang cenderung stabil dengan sedikit fluktuasi, yaitu 30,37 juta pada bulan November dan meningkat kembali menjadi 31,64 juta pada Desember. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan periode libur akhir tahun yang mendorong peningkatan aktivitas perjalanan liburan masyarakat.

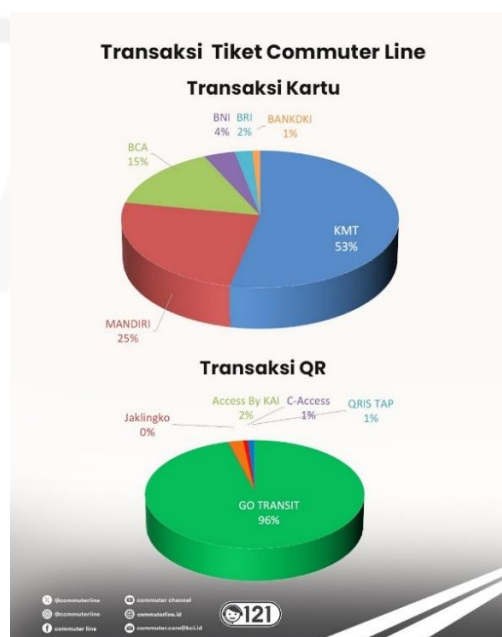
Di sisi lain, meningkatnya pengguna kereta api komuter menimbulkan berbagai keluhan terkait kepadatan penumpang. Keterpadatan penumpang membuat pengguna memerlukan usaha lebih untuk dapat memasuki gerbong kereta api. Bahkan tidak jarang banyak penumpang yang rela berdesakan untuk memaksa masuk ke dalam kereta. Kondisi ini menyebabkan penumpang merasa tidak nyaman dan sesak, serta berpotensi memicu keributan kecil di dalam perjalanan. Situasi tersebut umumnya terjadi pada jam-jam sibuk, seperti saat jam berangkat maupun jam pulang kerja. Dalam penelitiannya, (Adawia et al., 2020) mengungkapkan bahwa jumlah gerbong yang tersedia belum sebanding dengan jumlah penumpang sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen terhadap layanan *commuter line*. Dalam konteks tersebut memperlihatkan bahwa terdapat kondisi yang perlu diperhatikan oleh PT KAI Commuter untuk meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

Meskipun berbagai keluhan kepadatan masih terjadi, peningkatan jumlah penumpang menunjukkan bahwa moda transportasi berbasis rel tetap menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan mobilitas sehari-hari. Oleh karena itu, selain melakukan peningkatan pada aspek operasional, PT KAI Commuter juga terus mengembangkan berbagai inovasi layanan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah penerapan sistem pembayaran elektronik yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi serta kemudahan akses layanan *commuter line*. Sistem pembayaran elektronik memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi pengguna dalam melakukan transaksi perjalanan. Dalam operasional KAI Commuter, metode pembayaran yang tersedia cukup beragam, yaitu dapat melalui Kartu Multi Trip (KMT) ataupun alternatif pembayaran lainnya, seperti kartu uang elektronik bank dan QR Code.

Direktur Utama PT Kereta Api Indonesia (Persero), Didiek Hartantyo, dalam siaran pers pada 18 Agustus 2020 menyampaikan bahwa kolaborasi antara PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan perbankan merupakan salah satu implementasi nilai AKHLAK BUMN dalam memberikan nilai tambah serta kemudahan bagi masyarakat. Kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada

layanan *commuter line*, sekaligus menciptakan *value creation* untuk memberikan manfaat bagi pelanggan, pemangku kepentingan, serta lingkungan. Selanjutnya, Direktur Utama PT Kereta Commuter Indonesia, Wiwik Widayanti, menambahkan bahwa kolaborasi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan para pengguna KRL komuter yang menginginkan kemudahan melalui penggunaan satu kartu untuk berbagai keperluan (Siaran Pers, 2020).

Dari perspektif pengguna, keberagaman metode pembayaran tersebut memberikan pertimbangan pengguna dalam memilih instrumen pembayaran yang paling sesuai dengan kebutuhan. Sebagian pengguna cenderung konsisten menggunakan satu jenis metode pembayaran dalam setiap perjalanan, dalam hal ini dapat mencerminkan adanya loyalitas yang dipertahankan. Disisi lain, terdapat pula pengguna yang lebih fleksibel dalam menggunakan metode pembayaran yang berbeda-beda, tergantung pada kondisi seperti ketersediaan saldo, kemudahan akses, maupun kebiasaan pengguna. Untuk menggambarkan fenomena tersebut, berikut disajikan data mengenai transaksi tiket *commuter line*.



Gambar 1.2 Transaksi Tiket Commuter Line Tahun 2025

Sumber: (KAI Commuter, 2026)

Gambar 1.2 adalah data yang diunggah pada akun Instagram resmi KAI Commuter (@commuterline), postingan tersebut menunjukkan bahwa transaksi kartu tiket *commuter line* didominasi oleh penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) dengan presentase sebesar 53%. Hal ini menunjukkan bahwa Kartu Multi Trip (KMT) menjadi pilihan utama pengguna dalam melakukan transaksi, dibandingkan dengan kartu perbankan lainnya seperti Mandiri (25%), BCA (15%), BNI (4%), BRI (2%), Dan Bank DKI (1%). Dominasi penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) dapat diindikasikan bahwa kartu tersebut memiliki tingkat penerimaan yang tinggi dikalangan pengguna, baik dari segi kemudahan, kepraktisan, maupun efisiensi dalam penggunaannya. Selain itu, pada transaksi berbasis QR Code, penggunaan didominasi oleh layanan GO-Transit dengan presentase mencapai 96%, sedangkan metode lain menunjukkan angka yang relatif kecil, yaitu Acces by KAI (2%), C-Acces (1%), dan QRIS Tap (1%).

Secara keseluruhan, apabila dibandingkan antara transaksi kartu dan QR Code, penggunaan QR Code melalui Go-Transit menunjukkan proporsi yang lebih dominan. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi digital, di mana masyarakat cenderung memilih metode yang lebih efisien, cepat, dan praktis. Kondisi tersebut juga didukung oleh kerja sama antara KAI Commuter dengan perusahaan teknologi GoTo, yang memudahkan integrasi layanan transportasi kereta api dan ojek online dalam keberlanjutan perjalanan. Melalui sistem QR Code, pengguna hanya perlu melakukan pemindaian menggunakan perangkat ponsel yang selalu digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun demikian, Kartu Multi Trip (KMT) tetap menjadi pilihan utama dalam kategori transaksi kartu, yang menunjukkan adanya preferensi dan kecenderungan perilaku pengguna terhadap metode pembayaran yang ada.

Namun, situasi tersebut menjadikan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) semakin krusial, mengingat pengguna memiliki kebebasan untuk beralih ke alternatif lain apabila merasa kurang puas terhadap layanan atau menemukan pilihan lain yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu memahami bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya terbentuk dari fungsi dasar layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman pengguna yang dirasakan secara langsung. Kondisi tersebut semakin relevan dalam layanan yang menawarkan beragam pilihan metode

pembayaran, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk menentukan metode pembayaran yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya. Hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan penurunan pengguna Kartu Multi Trip (KMT) yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Berikut adalah tabel yang menunjukkan data penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) pada Tahun 2022 – 2025.

Tabel 1.1
Presentase Penggunaan Kartu Multi Trip (KMT)

Periode Tahun	Presentase Penggunaan KMT
Januari – Desember 2022	61%
Januari – Desember 2023	57,06%
Januari – Juni 2024	49,42%
Januari - Desember 2025	53%

Sumber: [(KAI Commuter, 2023a) ; (KCI, 2024) ; (KAI Commuter, 2024) ; (KAI Commuter, 2026)], data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan perkembangan data pengguna Kartu Multi Trip (KMT) tahun 2022 – 2025, sebagaimana yang ditampilkan pada Tabel 1.1, penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) mengalami fluktuatif dengan kecenderungan penurunan pada beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, presentase penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) mencapai angka 61%. Perolehan ini menjadi capaian tertinggi dibandingkan periode berikutnya. Tingginya penggunaan pada tahun tersebut diduga berkaitan dengan kebijakan yang diterapkan pada 3 September 2022 terkait stasiun uang elektronik. Berlakunya stasiun elektronik menjadikan metode pembayaran yang dapat digunakan untuk perjalanan *commuter line* hanya Kartu Multi Trip (KMT), Kartu Uang Elektronik Bank, dan QR Code. Kebijakan ini menjadikan Tiket Harian Berjaminan (THB) tidak dapat digunakan lagi dalam pembayaran perjalanan *commuter line* (KAI Commuter, 2022). Sehingga dapat disimpulkan kebijakan tersebut efektif dalam mendorong penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) pada tahun tersebut.

Memasuki tahun 2023, presentase penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) mengalami penurunan menjadi 57,06%. Lebih lanjut, penurunan kembali terjadi pada

periode Januari – Juni tahun 2024 sebesar 49,42%. Meskipun demikian, perlu diperhatikan bahwa data pada tahun 2024 hanya mencakup setengah periode, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) dalam satu tahun penuh. Pada tahun 2025, presentase penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) kembali meningkat menjadi 53%. Meskipun meningkat dari setengah periode tahun 2024 lalu, presentase ini masih berada dibawah tingkat penggunaan pada tahun 2022 dan 2023.

Secara keseluruhan, data-data tersebut mengindikasikan adanya perubahan preferensi pengguna dalam memilih metode pembayaran pada layanan KAI Commuter. Keberagaman metode pembayaran memberikan kebebasan bagi pengguna untuk menentukan alat pembayaran yang paling sesuai dengan kebutuhan serta manfaat yang dirasakan. Salah satu faktor yang turut membedakan Kartu Multi Trip (KMT) dengan kartu uang elektronik perbankan seperti e-money adalah variasi desain kartu. Berbagai produk kartu elektronik perbankan umumnya hadir dengan variasi desain yang lebih beragam, seperti desain kartu hasil kolaborasi dengan tokoh, karakter, maupun budaya populer yang diminati masyarakat. Sementara itu, desain Kartu Multi Trip (KMT) cenderung lebih sederhana dan memiliki variasi yang lebih terbatas. Perbandingan tampilan Kartu Multi Trip (KMT) dengan kartu e-money dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. 3 Perbandingan KMT dengan e-money

Sumber: diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, terlihat bahwa kartu e-money memiliki desain kartu hasil kolaborasi dengan tokoh budaya populer yang diminati masyarakat. Desain tersebut dapat mengindikasikan bahwa kartu e-money lebih menarik dari segi penampilan. Hal ini dapat berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap nilai yang dirasakan (*perceived value*), khususnya pada aspek daya tarik visual. Desain yang menarik dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna karena memiliki nilai estetika serta mampu meningkatkan daya tarik produk. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan kartu sebagai alat pembayaran.

Berkaitan dengan hal tersebut, indikasi bahwa variasi desain menjadi perhatian pengguna terlihat dari tanggapan pengguna pada media sosial Instagram @multitripkci. Sejumlah pengguna menyampaikan harapan untuk KAI Commuter merilis desain Kartu Multi Trip (KMT) terbaru. Harapan tersebut disampaikan melalui kolom komentar, seperti terlihat pada gambar tangkapan layar berikut.



Gambar 1. 4 Komentar Pengguna Mengenai Harapan Desain Baru KMT

Sumber: (multitripkci, 2025)

Gambar 1.4 di atas menunjukkan komentar pada akun Instagram @multitripkci yang memperlihatkan harapan pengguna terhadap perilsan desain kartu variasi baru maupun perilsan kartu yang sesuai momen tertentu, yaitu Kartu Multi Trip (KMT)

edisi spesial 100 tahun KRL. Sejalan dengan postingan Instagram tersebut, komentar pengguna menunjukkan bahwa desain kartu menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dan dinanti oleh pengguna. Harapan terhadap perilsan desain baru maupun edisi khusus memperlihatkan bahwa pengguna turut mempertimbangkan nilai estetika yang ditawarkan. Desain yang menarik dapat meningkatkan nilai yang dirasakan (*perceived value*) pengguna. Minimnya perilsan desain baru yang sesuai harapan pengguna berpotensi menurunkan nilai yang dirasakan (*perceived value*), terutama saat pengguna membandingkan Kartu Multi Trip (KMT) dengan kartu uang elektronik perbankan yang variasi desainnya lebih beragam.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa preferensi pengguna terhadap penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional, tetapi juga melalui nilai tambah yang dirasakan, termasuk variasi desain kartu. Apabila nilai yang diharapkan pengguna tidak terpenuhi, kondisi ini berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna, yang pada akhirnya dapat berdampak terhadap loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT). Kondisi ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengguna dibentuk oleh berbagai aspek pengalaman yang saling berkaitan dalam penggunaan layanan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang menyebabkan penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) serta merumuskan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh PT KAI Commuter untuk mempertahankan loyalitas pengguna.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian fenomena di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengapa loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada KAI Commuter mengalami penurunan?
2. Rekomendasi apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada KAI Commuter?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan

penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menggali dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan dalam penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) pada PT. KAI Commuter.
2. Untuk memberikan rekomendasi dalam upaya meningkatkan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada PT. KAI Commuter.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan diteliti, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang loyalitas pelanggan dalam konteks layanan jasa. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur loyalitas pelanggan dengan menempatkan Kartu Multi Trip (KMT) sebagai objek kajian dalam konteks sistem pembayaran elektronik pada layanan transportasi publik. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai digitalisasi layanan publik, terutama pada sektor transportasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT KAI Commuter mengenai faktor-faktor yang memengaruhi menurunnya loyalitas pengguna Kartu Multi Trip, serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perumusan strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna Kartu Multi Trip (KMT).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap sebelas *Key Informant* pengguna Kartu Multi Trip (KMT) pada PT KAI Commuter, maka dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Faktor Penyebab Penurunan Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT)

a. Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi kepuasan pengguna dapat disimpulkan bahwa penyebab utama terjadinya penurunan penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) dikarenakan kebutuhan akan metode pembayaran yang dapat digunakan pada berbagai moda transportasi. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan cakupan penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) membuat sebagian pengguna merasakan ketidakpuasan dalam menggunakan Kartu Multi Trip (KMT) dan memilih menggunakan kartu elektronik perbankan maupun QR Code yang dinilai lebih mampu untuk memenuhi kebutuhan akan pembayaran yang lebih luas. Dengan demikian, temuan penelitian memperlihatkan bahwa penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) dipengaruhi oleh keterbatasan cakupan penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) yang belum mampu mengikuti kebutuhan mobilitas pengguna yang semakin beragam.

b. Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan beberapa aspek yang masih mengalami kendala dan memerlukan perhatian pada kualitas fasilitas pendukung seperti mesin *top up* dan *gate tapping*. Meskipun kendala masih beberapa kali terjadi, informan menilai bahwa kemampuan pegawai dalam mengatasi permasalahan sudah sangat responsif dan inisiatif. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan telah mampu menciptakan pengalaman penggunaan yang positif. Namun, hal tersebut belum cukup untuk mempertahankan loyalitas ketika pengguna

memperoleh alternatif pembayaran lain yang menawarkan manfaat penggunaan yang lebih luas.

c. Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*)

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi nilai yang dirasakan (*perceived value*) dapat disimpulkan bahwa penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) disebabkan oleh nilai manfaat yang dirasakan belum mampu memenuhi kebutuhan mobilitas secara menyeluruh. Beberapa informan menyatakan bahwa Kartu Multi Trip (KMT) belum dapat mendukung seluruh kebutuhan perjalanan menggunakan berbagai moda transportasi publik. Dalam kondisi tersebut, kartu uang elektronik perbankan dan QR Code dipersepsikan menawarkan manfaat yang lebih luas karena dapat digunakan pada berbagai moda transportasi serta transaksi lainnya, sehingga menjadi pilihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

d. Kepercayaan Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi kepercayaan dapat disimpulkan bahwa masih terdapat informan yang menilai bahwa integrasi transportasi Kartu Multi Trip (KMT) masih belum menyeluruh sehingga perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pengguna belum sepenuhnya terpenuhi. Meskipun demikian, seluruh informan tetap memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap PT KAI Commuter karena dinilai sebagai penyedia layanan dan BUMN yang dapat dipercaya. Harapan pengguna terhadap layanan transportasi yang lebih terintegrasi bukan disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan pada KAI Commuter, melainkan mencerminkan keinginan pengguna untuk KAI Commuter dapat mengembangkan layanan sesuai dengan kebutuhan mobilitas masyarakat. Dengan demikian, dalam penelitian ini kepercayaan berperan sebagai faktor yang mempertahankan citra positif KAI Commuter, tetapi belum cukup kuat untuk mempertahankan loyalitas pengguna untuk tetap loyal ketika tersedia alternatif pembayaran yang menawarkan manfaat lebih luas.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, faktor dominan penyebab loyalitas penurunan loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT) dipengaruhi oleh kebutuhan pengguna terhadap metode pembayaran yang dapat digunakan pada berbagai moda

transportasi. Kartu uang elektronik perbankan dan QR Code dipersepsikan lebih unggul karena mampu memenuhi kebutuhan penggunaan pada berbagai moda transportasi. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pengguna memilih beralih ke metode pembayaran lain, sedangkan Kartu Multi Trip (KMT) hanya digunakan untuk perjalanan tertentu atau ketika metode pembayaran lain tidak dapat digunakan.

2. Rekomendasi untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Kartu Multi Trip (KMT)

a. Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi kepuasan pengguna, rekomendasi yang diberikan adalah PT KAI Commuter dapat memberikan perluasan kerjasama dengan operator transportasi, berkerjasama dengan mitra layanan untuk mendukung pembayaran *top up* di loket berbasis QRIS, pembuatan *gate* khusus untuk pengguna Kartu Multi Trip (KMT), serta mempertimbangkan kerja sama dengan *merchant* yang berada di area stasiun untuk memperluas kegunaan Kartu Multi Trip (KMT).

b. Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi kualitas layanan, rekomendasi yang dapat diberikan adalah PT KAI Commuter mempertahankan kualitas layanan yang telah dinilai baik oleh pengguna melalui pelatihan pegawai secara rutin, mengembangkan kerjasama dengan operator transportasi lain, kerjasama dengan *merchant* di area stasiun untuk Kartu Multi Trip (KMT) memiliki nilai guna yang luas, memberikan *gate* prioritas untuk pengguna Kartu Multi Trip (KMT), serta evaluasi secara berkala terhadap fasilitas pendukung Kartu Multi Trip (KMT).

c. Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*)

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi *perceived value*, rekomendasi yang diberikan adalah PT KAI Commuter mengembangkan integrasi transportasi yang lebih luas, kerjasama dengan tenant yang berada di stasiun, serta meningkatkan kualitas fasilitas pendukung Kartu Multi Trip (KMT),

d. Kepercayaan Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara pada keseluruhan dimensi kepercayaan pengguna, rekomendasi yang diberikan adalah PT KAI Commuter mempertahankan

konsistensi kualitas pelayanan melalui pelatihan rutin kepada petugas, meningkatkan keandalan fasilitas pendukung, serta mempertahankan keterbukaan informasi dengan mengoptimalkan seluruh saluran komunikasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran yang dapat menjadi masukan bagi PT KAI Commuter maupun penelitian selanjutnya.

1. Saran Praktis: PT KAI Commuter disarankan memperluas penggunaan Kartu Multi Trip (KMT) melalui kerja sama dengan operator transportasi publik lain, *merchant* atau tenant yang berada di area stasiun, serta menyediakan layanan pembayaran *top up* Kartu Multi Trip (KMT) di loket menggunakan QRIS. Selain itu, PT KAI Commuter perlu mempertahankan kualitas yang telah dinilai baik melalui pelatihan pegawai secara berkelanjutan, peningkatan keandalan serta evaluasi berkala terhadap fasilitas pendukung, serta penyediaan *gate* prioritas bagi pengguna Kartu Multi Trip (KMT) untuk mendukung kelancaran perjalanan. Berbagai upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna sekaligus memperkuat loyalitas penggunaan Kartu Multi Trip (KMT).

2. Saran Penelitian Lanjutan: Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT). Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan karakteristik informan yang lebih beragam, seperti pengguna yang loyal, pengguna situasional, dan pengguna yang telah beralih ke metode pembayaran lain, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai loyalitas pengguna. Penelitian juga dapat memperluas lokasi penelitian pada lintas *commuter line* lainnya serta menambahkan variabel lain yang diperkirakan berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna Kartu Multi Trip (KMT).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmadi, R. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK10097/meto/preview>
- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Hamidin, D., Priambodo, A., Sulaeman, M., Susanti, L., Darmawan, A., & Martono, S. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Tohar Media.
https://books.google.co.id/books?id=_ml7EAAQBAJ
- Anwar, F. I., Akbar, D., & Rizkiyani, N. (2024). *Pelanggan Bahagia: Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan*. Mega Press Nusantara.
<https://books.google.co.id/books?id=5aNDEQAAQBAJ>
- Ariyanto, A., Ghozali, Z., Munyati, Ambarwati, R., Nelly, Revita, N., Firdaus, Sudirman, A., & Pratisila, M. (2024). *Manajemen Layanan Pelanggan* (E. Damayanti (ed.)). CV Widina Media Utama.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/579580/manajemen-layanan-pelanggan>
- Barkatullah, A. H. (2021). *Sistem Jual Beli dan Metode Pembayaran Transaksi Elektronik*. Nusamedia.
<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK45023/sistem-jual-beli-dan-metode-pembayaran-transaksi-elektronik>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
<https://books.google.co.id/books?id=Kb5IEAAQBAJ>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
<https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>
- Pradesyah, R., & Ismail, A. H. (2024). *Planned Behaviour dalam Mendukung Cashless Society: Meningkatkan Intensitas UMKM Halal Menggunakan Pembayaran Nontunai*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=UQIREQAAQBAJ>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Z5JfEQAAQBAJ>
- Sahir, S. H., Sudarmanto, E., Rosihana, R. R. E., Arni, S., Hendrixon, R. F. M., Sari, A. P., Muniarty, V. S. P., Clara, C., & Sudirman. (2023). *Metode Pembayaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.

https://www.researchgate.net/publication/374998875_Metode_Pembayaran_Digital

Sari, Y. P., Suharyat, Y., Graciafernandy, M. A., Sungkawati, E., Suwitho, Huda, E. Z., Luhglatno, Nursalim, A., Indrawati, M., Istiyanto, B., Sudirman, A., Prasetya, P., Menarianti, I., Polimpung, L. J. C., Susilawati, & Putri, D. E. (2024). *Loyalitas Pelanggan*. CV Eureka Media Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=thQEQAQBAJ>

Siswati, E., Iradawaty, S. N., & Imamah, N. (2024). *Customer Relationship Management dan Implementasinya pada Perusahaan Kecil*. Eureka Media Aksara.

Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. dan R&D*. Alfabeta.

Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press.

Suyanto. (2023). *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. CV. AA. Rizky. http://repository.stieipwija.ac.id/3520/1/Buku_Dompot_Digital_Juni_2023-Suyanto.pdf

Syarifudin. (2019). *Citra Merek dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan*. Unimal Press.

Wardhana, A. (2024). *Service Quality & E-Service Quality in The Digital Edge*. Eureka Media Aksara.

Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>

Artikel Jurnal

Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line arah Cikarang ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95.

Alfajar, F., Tawil, M., Mustainah, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Cenderawasih: Journal of Administration and Management Public Literation*

(Jamil), 1(1), 37–50.

Arslan, I. K. (2020). The Importance of Creating Customer Loyalty in Achieving Sustainable. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11–20.

Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.

Çalyan, Ö., Elbir, İ., & Eşiyok, E. (2021). The Role of Mobile Applications in Building Customer Loyalty: A Qualitative Study. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 37, 39–52.

Chairy, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Faktor Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass 2192: Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Faktor Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass 2192. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 4(1), 74–82.

Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga dan Desain Produk serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 125–151.

Dewi, I. (2020). Analisa Pemilihan Sistem Moda Transportasi Antara Bus Angkutan Kota Dengan Kereta Api Rute Medan Tanjung Balai. *Jurnal MESIL (Mesin Elektro Sipil)/Journal MESIL (Machine Electro Civil)*, 1(2), 116–122.

Farouk, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Jasa Maskapai Citilink Di Indonesia Dengan Metode SEM-PLS. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial Dan Bisnis*, 2(8), 996–1006.

Hakim, M. A., & Amilahaq, F. (2025). Pengaruh Customer Satisfaction dan Switching Cost Dengan Brand Preference Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Ulang Platform Takapedia. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(2), 1509–1525.

Harun, N., Machmud, R., Isa, R. A., Wolok, T., & Niode, I. Y. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing di Hotel Elji Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 221–225.

Hasip, F. K. B., Ikhwan, S., Setiadi, R., & Yulianto, A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Leon Barbershop

Brebes). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 61–77.

Jati, T. B. P., & Yenita. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Kereta Api Jarak Jauh PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Berdasarkan Marketing Mix 5P di Daerah Operasi 1 Jakarta. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi*.

Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas Layanan, dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Seafood di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1479–1489.

Makmun, & Wijaya, I. T. K. (2020). Penerapan Sistem Pembayaran Electronic Ticketing Kepada Penumpang Kereta Commuter Line Di Stasiun Rongkasbitung. *Public Administration Journal (PAJ)*, 4(1), 15–27.

Mu'allimah, & Mashpufah, R. N. (2021). Analisis Kebijakan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam Mengatasi Permasalahan Transportasi di Perkotaan. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 3(4), 291–296.

Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro Pt. Kai Daop Iv Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 37–46.

Qian, Z., & Yang, C. (2024). A Study of Customer Loyalty Build up Method Based on Customer Centred Design. *SHS Web of Conferences*, 181, 1–7.

Rahmawati, R. D., & Utomo, Y. P. (2025). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen dengan Pendekatan Kualitatif Menggunakan Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management (CRM), dan Kepuasan Konsumen pada PT Boga Indonesia Talenta Studi Kasus: Halal Bakery Tsabita. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 9–19.

Yani, R. A., Sinambela, M. T., & Lubis, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan “Scarlett Whitening Bodylotion.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 47–55.

Peraturan perundang-undangan

Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian, Pub. L. No. 23 (2007). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39896>

Undang-Undang (UU) Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 Tentang Jalan, Pub. L. No. 2 (2022). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/195878/uu-no-2-tahun-2022>

Undang-Undang (UU) Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan

Jalan, Pub. L. No. 22 (2009). <https://peraturan.bpk.go.id/details/38654/uu-no-22-tahun-2009>

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tahun 2018 Tentang Uang Elektronik, Pub. L. No. 20/6/PBI/2018 (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/135874/peraturan-bi-no-206pbi2018-tahun-2018>

Artikel Lainnya

BPS. (2025). *Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang)*, 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzIjMg==/jumlah-penumpang-kereta-api.html>

KAI Commuter. (2022). *Stasiun Uang Elektronik*. Instagram Post [@commuterline]. https://www.instagram.com/p/CiOzeLJp5Jo/?img_index=2

KAI Commuter. (2023a). *Pengguna Commuter 2022*. Instagram Post [@commuterline]. https://www.instagram.com/p/CnT75Fxyeic/?img_index=8&igsh=MXYxbmxhbG9tdnVnbw==

KAI Commuter. (2023b). *Yuk, Kenali KMT!* Instagram Post [@commuterline]. <https://www.instagram.com/p/CoLplELSGeD/?igsh=YWU4MGFrejNtMGIl>

KAI Commuter. (2024). *Pencapaian Kinerja KAI Commuter Periode Januari s.d Juni 2024*. Instagram Post [@commuterline]. https://www.instagram.com/p/C9JO5aEScvP/?img_index=5&igsh=Z3g4YmJvMjRucHV6

KAI Commuter. (2026). *Transaksi Tiket Commuter Line*. Instagram Post [@commuterline]. https://www.instagram.com/p/DUATfZ1Eikk/?img_index=6&igsh=MTJ2enZ4ZDB3eDNldA==

KCI. (2022). *Informasi KMT* -. <https://kci.id/kmt/informasi-kmt>

KCI. (2024). *Layani 331 Juta Lebih Pengguna di Seluruh Wilayah Operasi, KAI Commuter Catat Kenaikan 38%*. <https://kci.id/informasi-publik/berita?year=2024>

KCI. (2026). *Ketentuan Pengguna KMT*. <https://kci.id/kmt/ketentuan-pengguna>

Multi Trip KCI. (2025). *Saldo KMT Habis? Jangan Panik, Top Up Kartu Kamu Semudah Ini, Loh!* Instagram Post [@multitripkci]. <https://www.instagram.com/p/DKGc2MxvEFs/?igsh=MTFieXYycG45dWR5ZQ==>

Pitaloka, P. S. (2024, March 31). *Alasan Kereta Api Menjadi Kendaraan Prioritas di Jalan*. <https://www.tempo.co/arsip/alasan-kereta-api-menjadi-kendaraan-prioritas-di-jalan-72342>

Siaran Pers. (2020). *Permudah Pengguna KRL, KAI dan Bank Mandiri Terbitkan Commuterpay*. https://www.kai.id/information/full_news/3865-permudah-pengguna-krl-kai-dan-bank-mandiri-terbitkan-commuterpay



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A