

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL DAN FASILITAS PENUMPANG TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA KERETA API PADA PT KAI STASIUN MEDAN

ABSTRAK

Urgensi penelitian ini didasarkan pada pentingnya strategi promosi digital dan ketersediaan fasilitas penumpang dalam meningkatkan kepuasan pengguna kereta api pada PT KAI Stasiun Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi digital dan fasilitas penumpang terhadap kepuasan pengguna kereta api. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 83 responden yang merupakan pengguna jasa kereta api di Stasiun Medan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial strategi promosi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan fasilitas penumpang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna kereta api. Secara simultan, strategi promosi dan fasilitas penumpang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh strategi promosi dan fasilitas penumpang sebesar 43,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan hasil tersebut, peningkatan kualitas fasilitas penumpang perlu menjadi prioritas utama bagi PT KAI Stasiun Medan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna kereta api.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Fasilitas Penumpang, Kepuasan Pengguna, PT KAI Stasiun Medan

ANALYSIS OF DIGITAL PROMOTION STRATEGY AND PASSENGER FACILITIES ON RAILWAY USER SATISFACTION AT PT KAI MEDAN STATION

ABSTRACT

The urgency of this research is based on the importance of digital promotion strategies and the availability of passenger facilities in enhancing railway user satisfaction at PT KAI Medan Station. This study aims to analyze the influence of digital promotion strategies and passenger facilities on railway user satisfaction. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 83 respondents who were railway service users at Medan Station. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing through t-test and F-test using SPSS software.

The results show that partially, digital promotion strategies do not have a significant effect on user satisfaction, while passenger facilities have a positive and significant effect on railway user satisfaction. Simultaneously, digital promotion strategies and passenger facilities significantly influence user satisfaction. The coefficient of determination indicates that user satisfaction can be explained by digital promotion strategies and passenger facilities by 43.4%, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study. Based on these findings, improving the quality of passenger facilities should become a primary priority for PT KAI Medan Station in order to enhance railway user satisfaction.

Keywords: Digital Promotion Strategy, Passenger Facilities, User Satisfaction, PT KAI Medan Station