

RINGKASAN

Latar belakang dalam penelitian ini berdasarkan observasi awal peneliti, yang mengetahui berdasarkan informasi mengenai harga tiket kereta api yang berbeda-beda dengan kelas yang sama di PT KAI khususnya Daop 5 Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan penerapan harga tiket kereta api yang berbeda-beda serta mengetahui bagaimana pelayanan kereta api terhadap penumpang dengan harga tiket yang berbeda dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan dan observasi. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis interaktif. Fokus penelitiannya adalah meningkatkan pelayanan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi marketing dari PT KAI memberikan harga tiket yang berbeda bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada penumpang untuk membeli tiket lebih awal. Selain itu pelayanan terhadap penumpang kereta api ditinjau dari beberapa dimensi keberhasilan pelayanan publik Denhardt & Denhardt (*Tangible, Responsiviness, Access, dan Communication*) yang menunjukkan pelayanan kepada penumpang kereta api memuaskan.

Peneliti menyimpulkan bahwa penerapan harga tiket kereta api yang bervariasi dalam kelas yang sama bertujuan memberikan kesempatan kepada penumpang yang membeli tiket lebih awal sebagai bagian dari strategi pemasaran PT KAI. Serta pelayanan terhadap penumpang kereta api Daop 5 Purwokerto, sudah baik, tetap konsisten, dan berkualitas untuk semua kelas penumpang.

Kata Kunci : Penerapan Harga Tiket, Kualitas Pelayanan Penumpang.

SUMMARY

The background of this study is based on the researcher's initial observation, which is based on information about different train ticket prices with the same class at PT KAI, especially Daop 5 Purwokerto. This study aims to determine the purpose of implementing different train ticket prices and to find out how train services to passengers with different ticket prices improve service quality.

This research uses descriptive qualitative research methods. Data obtained through interviews with informants and observations. The sampling method uses purposive sampling. The data analysis technique used is interactive analysis. The focus of his research is improving customer service.

The results of the study show that PT KAI's marketing strategy of providing different ticket prices aims to provide passengers with the opportunity to buy tickets early. In addition, services to train passengers are reviewed from several dimensions of Denhardt & Denhardt's public service success (Tangible, Responsiveness, Access, and Communication) which show satisfactory service to train passengers.

The researcher concluded that the implementation of varying train ticket prices in the same class aims to provide opportunities for passengers who buy tickets early as part of PT KAI's marketing strategy. As well as services to train passengers at Daop 5 Purwokerto, are good, consistent, and of high quality for all passenger classes.

Keywords: Ticket Price Application, Passenger Service Quality