

ABSTRAK

Kontribusi Transportasi dalam perekonomian Indonesia adalah 7%. Berdasarkan hal tersebut transportasi ingin mengembangkan lebih dalam telah membawa pengaruh kualitas pelayanan, salah satunya pengguna Informasi. untuk dapat berkontribusi secara tinggi kepada perekonomian Indonesia. Berdasarkan Insan (2013:36) teknologi informasi telah membawa perubahan yang sangat mendasar bagi organisasi baik swasta maupun publik. Dari hal itu maka PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengembangkan kualitas layanan melalui pembelian tiket secara online yang bernama Aplikasi KAI Access. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai Pengaruh E-Service Quality yaitu *Use of use* , *Website Usability*, *Reliability*, *System Avability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Experience*, dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Attributes relate to product*, *Attributes relate to service*, dan *Attributes relate to purchase* layanan Tiket Kereta Api dalam Aplikasi KAI Access. Jenis Penelitian Kuantitatif dengan metode Deskriptif yang bersifat Kausal. Metode sampling menggunakan *Nonprobability Sampling* dan menggunakan *Sampling Purposive*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan aplikasi KAI Access dalam pembelian tiket kereta api. Pengumpulan data digunakan dengan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Sederhana. Hasil dari perhitungan analisis Regresi Sederhana yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Use of use* , *Website Usability*, *Reliability*, *System Avability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Experience*, dan *Trust* memiliki koefisien yang positif. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,550 hal ini berarti 55% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *Use of use* , *Website Usability*, *Reliability*, *System Avability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Experience*, dan *Trust*.

Kata kunci : *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, dan Aplikasi KAI Access