

HUBUNGAN SOSIALISASI PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DENGAN PERSEPSI PENGGUNA JASA *COMMUTER LINE*

(Survei Pengguna *Commuter Line* Di Stasiun Jakartakota)

Yoannisa Ocktafira

Abstrak

Latar belakang dari penelitian ini adalah untuk melihat fenomena kecanggihan teknologi dalam bidang jasa transportasi. Oleh sebab itu, PT. KAI Commuter Jabodetabek memiliki gagasan baru dalam pembelian tiket yaitu dengan menggunakan mesin otomatis atau biasa disebut dengan *Vending Machine*. Dengan keberadaan dari *Vending Machine* ini tujuannya adalah untuk mengurangi antrian dari pengguna *commuter line* yang cukup banyak. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan sosialisasi penggunaan *vending machine* dengan pengguna jasa *commuter line*. **Teori** yang digunakan adalah teori pola sosialisasi dan teori ketertarikan. **Metodologi penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatif. Dengan populasi sebanyak 18.889 orang dengan sampel 100 responden yang menggunakan rumus yamane. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu non probabilitas yaitu *accidental sampling*. **Hasil penelitian** diperoleh uji korelasi sebesar 0,952 yang berarti mempunyai hubungan yang kuat dan tinggi, uji regresi diketahui bahwa $Y = 6,475 + 0,1164x$, yang menyatakan mempunyai pengaruh signifikan dan koefisien determinasi besarnya 90,7%, sedangkan $t_{hitung} = 30,794 > t_{tabel} = 1,661$ yang berarti terdapat pengaruh pola sosialisasi terhadap ketertarikan. **Kesimpulan** dari penelitian ini dengan signifikan 10% diperoleh $t_{hitung} = 30,794 > t_{tabel} = 1,661$. Sehingga terlihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa ada hubungan sosialisasi penggunaan *Vending Machine* dengan persepsi pengguna jasa *Commuter Line* (survei pada pengguna *Commuter Line* distasiun Jakartakota). **Saran** dari penelitian ini sebaiknya PT. KCI menambah *Commuter Line* dan *Vending Machine* disemua stasiun.

Kata Kunci : Sosialisasi, Persepsi, PT. KAI Commuter Jabodetabek

THE SOCIALIZATION THE USE OF *VENDING MACHINE* WITH THE PERCEPTION OF SERVICE USERS *COMMUTER* *LINE*

(The Survey to Commuter Line Users, Jakartakota Station)

Yoannisa Ocktafira

Abstract

The background in this research is the phenomenon technologies in the services sector transportation. Therefore, PT. KAI Commuter Jabodetabek having a new idea in the ticket sale is by using machine automatic or commonly called Vending Machine. With existence from Vending Machine the aim is to reduce a queue from users Commuter Line enough. **Research purposes** is to know how big socialization the use of Vending Machine with the perception users Commuter Line. **The theory** that used in this research was socialization and perception. **Methodology** this research used a quantitative approach and explanative survey. Respondent of this research as many as 18.889 people in a month and samples were obtained as many as 100 people by using Yamane's formula. **Technique withdrawal sample** used namely non probability that is accidental sampling. Research results obtained correlations test of 0,952 which means had links significant, regression test note that $Y=6,475 + 0,1164X$, stating have leverage significant and determination of the 90,7% while t count 30,794 > t table 1,661 which means is the socialisation of Vending Machine with the perception users Commuter Line. **The conclusion** of the research by significant level of 10% obtained t count 30,794 > t table 1,661. So that it can be seen that H_0 were rejected and H_a accepted, it means that there is the socialization the use Vending Machine with perception of service users Commuter Line (survey to Commuter Line users, Jakartakota Station). **Advice** from this research should PT. KCI increase Commuter Line and Vending Machine in all the station.

Keyword : Socialization, Perception, PT. KAI Commuter Jabodetabek