

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN LRT JABODEBEK RUTE DKI JAKARTA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS

Dimas Wahono¹ dan Leksmono Suryo Putranto²

¹Program Studi Sarjana Teknik Sipil, Universitas Tarumanagara, Jl. Letjen S. Parman No.1 Jakarta
Dimas.325200019@stu.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Teknik Sipil, Universitas Tarumanagara, Jl. Letjen S. Parman No.1 Jakarta
leksmonop@ft.untar.ac.id

Masuk:05-07-2024, revisi:08-07-2024, diterima untuk diterbitkan: 11-07-2024

ABSTRACT

The rapid growth of population and motor vehicles in Indonesia has led to a ratio of 1.8:1 between population and vehicle ownership, contributing to poor air quality in Jakarta. Despite efforts to promote public transportation, such as the LRT Jabodebek system, challenges persist due to the prevalence of private vehicles. This research aims to evaluate customer satisfaction and loyalty towards LRT services in DKI Jakarta. Employing a quantitative approach, a literature review methodology was used to establish theoretical foundations, organize the literature, conduct analysis, and draw conclusions. Data collection involved distributing surveys using a 4-Point Likert Scale via online platforms and at Jakarta LRT stations. Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) was employed to analyze the collected data, investigating the relationships between service quality, customer satisfaction, and loyalty. The findings indicate that LRT service quality significantly impacts customer satisfaction, explaining 70.2% of the variance in satisfaction. Furthermore, customer satisfaction moderately affects loyalty, with 64.1% of the variance in loyalty explained by service quality and customer satisfaction. Therefore, enhancing LRT service quality is crucial for sustaining customer satisfaction and fostering greater customer loyalty.

Keywords: Public Transportation, LRT, Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty

ABSTRAK

Pertumbuhan cepat penduduk dan kendaraan bermotor di Indonesia telah menghasilkan rasio 1,8:1 antara penduduk dan pemilik kendaraan, yang berkontribusi pada kualitas udara yang buruk di Jakarta. Meskipun upaya untuk beralih ke transportasi umum, seperti sistem LRT Jabodebek, tantangan tetap ada karena tingginya jumlah kendaraan pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan LRT di DKI Jakarta. Menggunakan pendekatan kuantitatif, metodologi tinjauan pustaka digunakan untuk membentuk dasar teoritis, mengorganisir literatur, melakukan analisis, dan menarik kesimpulan. Pengumpulan data melibatkan distribusi survei menggunakan Skala Likert 4 poin melalui platform online dan di stasiun LRT Jakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menginvestigasi hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan LRT berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menjelaskan 70,2% variasi dalam kepuasan. Selain itu, kepuasan pelanggan secara moderat mempengaruhi loyalitas, dengan 64,1% variasi dalam loyalitas dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan LRT sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih besar.

Kata kunci: Transportasi umum, LRT, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan cepat Jakarta sebagai pusat kegiatan perkantoran, pemerintahan, perdagangan, dan permukiman telah menarik banyak penduduk dari berbagai daerah untuk bermigrasi ke ibu kota mencari kesempatan kerja dan peningkatan standar hidup (Winata & Najid, 2022). Berdasarkan data yang di rilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2023, populasi penduduk DKI Jakarta mencapai 10,67 juta jiwa, mewakili sekitar 3,87% dari total populasi Indonesia (Annur, 2023). Di samping itu, pertumbuhan populasi ini juga diikuti dengan peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang signifikan di Indonesia (Kurniawan & Kurniawan, 2023).

Kondisi ini memberikan dampak serius terhadap kualitas udara di Jakarta, yang diperparah oleh kemacetan lalu lintas yang kronis. Berdasarkan data dari IQAir (2024), tingkat polusi udara di Jakarta mencapai angka yang

mengkhawatirkan, memposisikan Jakarta menjadi salah satu kota dengan index polusi udara yang tinggi di dunia. Selain itu, masalah kemacetan juga menjadi tantangan besar bagi DKI Jakarta, dengan peringkat ke-46 dalam indeks kemacetan global (Tomtom, 2021).

Dalam menghadapi masalah ini, pemerintah Jakarta telah mengembangkan kebijakan transportasi umum sebagai solusi. Salah satu solusi yang diusulkan adalah pengenalan Light Rail Transit (LRT) sebagai alternatif transportasi yang efektif. Namun, keberhasilan implementasi LRT tidak hanya bergantung pada infrastruktur fisiknya, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan terhadap rute LRT DKI Jakarta berhubungan satu sama lain. Identifikasi masalah mencakup kepuasan pelanggan dan loyalitas berdasarkan kualitas pelayanan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang penggunaan dan kepuasan pengguna LRT DKI Jakarta. Selain itu, penelitian ini akan memberikan saran yang bermanfaat untuk membangun sistem transportasi publik yang berkelanjutan dan efektif di Jakarta.

Rumusan masalah:

1. Bagaimana kepuasan Masyarakat terhadap kualitas layanan LRT rute DKI Jakarta yang baru diresmikan
2. Bagaimana loyalitas pelanggan LRT rute DKI Jakarta yang baru diresmikan berdasarkan kepuasan dari kualitas pelayanan

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan LRT rute DKI Jakarta dan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

Pengertian Transportasi

Transportasi adalah perpindahan orang dan barang antara lokasi yang berbeda menggunakan berbagai sarana seperti kendaraan bermotor, manusia, atau hewan. Pergerakan ini terjadi karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi di suatu area, yang dipicu oleh interaksi antara aktivitas manusia dan sistem transportasi. Dalam konteks keseluruhan, proses ini merupakan bagian integral dari sistem transportasi secara umum (Wardani, 2002).

Transportasi adalah proses menggerakkan sesuatu dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Memindahkan sesuatu dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sarana atau fitur tertentu juga dapat didefinisikan dalam arti ini. (Morlok, 1995).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kualitas merujuk pada atribut dan karakteristik produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen. Martin (2001) juga menjelaskan pengertian kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan pelanggan berdasarkan prosedur. Fitzimmons (2006) menjelaskan bahwa layanan adalah serangkaian kegiatan yang terjadi melalui interaksi antara konsumen dan penyedia jasa dengan tujuan memecahkan masalah konsumen.

Supranto (2006) dan Tjiptono (2014) menekankan bahwa Kualitas pelayanan diukur dengan membandingkan kualitas yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan mereka dan dengan cepat memenuhi kebutuhan pelanggan. Wahyuni (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh harapan yang dibentuk oleh pengalaman masa lalu dan rekomendasi dari orang lain.

Dari berbagai pandangan para ahli, Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mengidentifikasi kesenjangan antara kinerja perusahaan yang sebenarnya dan harapan pelanggan. Berry et al. (1985) mengidentifikasi lima kualitas pelayanan: ketepatan, respons, jaminan, empati, dan bukti fisik. Aspek-aspek ini membantu perusahaan memberikan layanan pelanggan yang baik dan meningkatkan standar kinerja internal dan eksternal.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver Kepuasan adalah ketika pelanggan merasakan kepuasan atau tidak setelah menggunakan barang atau jasa. Konsep ini juga dijelaskan oleh Kotler & Keller (2009) dan Tjiptono (2015) sebagai perasaan bahagia atau kekecewaan yang timbul ketika konsumen membandingkan kinerja barang atau jasa dengan ekspektasi mereka.

Menurut Nasution et al. (2001) dan Utami (2019), ketika produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan serta memberikan pengalaman yang positif dan kenyamanan saat digunakan, maka tercapailah kepuasan pelanggan. Dari berbagai pandangan ahli tersebut, kepuasan pelanggan adalah penilaian yang terjadi setelah

pelanggan menggunakan produk atau jasa, di mana mereka mengevaluasi sejauh mana kinerja produk atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan yang telah mereka bentuk sebelumnya.

Kotler (1997) mengidentifikasi beberapa aspek penting dalam pelayanan suatu bisnis, termasuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen, menyediakan informasi yang lengkap dan jelas, memastikan kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh karyawan, dan membangun loyalitas pelanggan melalui pengalaman positif yang membuat mereka kembali menggunakan produk atau jasa yang sama secara berulang.

Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen dapat dipahami dalam dua konteks: sikap dan perilaku. Dalam konteks sikap, Loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh komitmen mereka untuk menggunakan merek tersebut di masa depan dan kemampuan mereka untuk menyarankan orang lain untuk menggunakan merek tersebut. (Nafisa & Sukresna, 2018). Dalam konteks perilaku, loyalitas terlihat dari pengulangan pembelian dan keputusan konsumen untuk terus datang ke tempat yang sama demi memenuhi kebutuhan mereka (Mekel et al., 2022). Sasongko (2021) menambahkan bahwa loyalitas adalah komitmen kuat untuk mendukung barang atau jasa tertentu terlepas dari pengaruh upaya situasional dan pemasaran pesaing.

Konsumen yang loyal akan lebih menyukai merek tertentu, mengingatnya sebagai pilihan utama saat mempertimbangkan kategori produk, dan merasa komitmen mendalam untuk terus membeli merek tersebut. Hal ini juga membantu mereka mengidentifikasi perbedaan kualitas produk sehingga belanja menjadi lebih efisien (Marjuki, 2018). Indikator loyalitas konsumen meliputi pembelian ulang, kebiasaan konsumsi merek, kesukaan terhadap merek, kepercayaan mengenai merek tersebut adalah yang terbaik, dan rekomendasi merek kepada orang lain (Sopiah et al., 2013).

Dengan demikian, loyalitas konsumen adalah sikap dan perilaku yang mencerminkan komitmen untuk melakukan pembelian secara terus menerus dan menggunakan produk atau layanan tertentu, didorong oleh perasaan kepuasan dan kepercayaan terhadap merek tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode kuantitatif dan penggunaan kuesioner digunakan dalam penelitian ini sebagai media pengumpulan data. Berdasarkan Tabel 1, berikut indikator pertanyaan dalam kuesioner :

Tabel 1. Indikator pertanyaan dalam kuesioner

| Variabel |
|---|
| (P1) Jam pelayanan |
| (P2) Frekuensi kedatangan kereta |
| (P3) Ketepatan waktu |
| (P4) Kecepatan |
| (P5) Kebersihan kereta LRT |
| (P6) Informasi |
| (K1) Kepuasan umum terhadap pengguna LRT |
| (K2) Ekspektasi dalam penggunaan LRT |
| (K3) Penggunaan LRT untuk kebutuhan |
| (K4) Pengalaman dalam penggunaan LRT |
| (L1) Saya akan menggunakan LRT untuk perjalanan reguler |
| (L2) Saya akan meningkatkan penggunaan LRT |
| (L3) Saya akan merekomendasi LRT |

Metode Analisis Data

Teori-teori yang relevan digali sebagai landasan untuk menyusun tinjauan pustaka, mengatur penulisan secara sistematis, melakukan analisis, dan menghasilkan kesimpulan dari studi literatur kuantitatif. Metode kuantitatif ini dilakukan untuk mengkaji sampel dalam penelitian ini, dengan menggunakan kuesioner skala *The 4-Point Likert*. Kuesioner ini disebar baik secara daring (melalui *Google Form*) maupun secara luring (langsung di stasiun LRT Jakarta). Untuk mengelola data, teknik statistik *Partial Least Squares (PLS) Structural Equation Modeling (SEM)* digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memfokuskan pada penyelidikan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, model empiris yang digunakan pada penelitian ini dapat diartikulasikan sebagai berikut:

$$L = \gamma_{11} * P + \gamma_{12} * K + \epsilon \tag{1}$$

Yang berarti,

P: Kualitas pelayanan

K: Kepuasan pelanggan

L: Loyalitas

Dalam melakukan persamaan SEM (*Structural Equation Modeling*) menggunakan *Partial Least Squares (PLS)*, Chin (1998) merekomendasikan penerapan *Two-Step Process for PLS Path Model Assessment*, yang melibatkan dua komponen utama: model luar dan model dalam.

Model luar adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator yang sesuai. Pengukuran reflektif adalah metode utama yang digunakan dalam model luar PLS-SEM, dan diuji untuk validitas dan reliabilitas. Sedangkan pada model dalam PLS-SEM, pengukuran formatif adalah pengukuran kedua, dan melibatkan beberapa langkah kunci yaitu koefisien determinasi (R^2), relevansi prediksi koefisien jalur dan statistik T. Studi ini dilakukan dengan menguji hipotesis eka arah (*one tailed*) dimana uji tersebut dilakukan untuk uji ke salah satu arah, kebawah atau keatas secara terpisah (Putranto, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Survei dengan Menggunakan Kuesioner

Dari hasil penyebaran kuesioner didapat 162 responden.

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

| Posisi atau Jabatan | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------------|------------------|------------|
| Laki-Laki | 74 | 46 % |
| Perempuan | 88 | 54 % |

Berdasarkan Tabel 2 jenis kelamin responden terdiri dari 74 laki-laki, terhitung 46 %, dan 88 perempuan, terhitung 54 %.

Tabel 3. Jumlah responden berdasarkan usia

| Usia | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| 15 - 25 tahun | 89 | 55 % |
| 26 - 30 tahun | 18 | 11 % |
| 31 - 35 tahun | 34 | 21 % |
| 36 - 40 tahun | 7 | 4 % |

Tabel 3. Jumlah responden berdasarkan usia (lanjutan)

| Usia | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| 41 - 45 tahun | 4 | 3 % |
| 46 - 50 tahun | 6 | 4 % |
| > 50 tahun | 4 | 2 % |

Berdasarkan Tabel 3 jumlah responden berusia 15 - 25 tahun adalah sebanyak 89 responden dengan proporsi 55 %, responden berusia 26 - 30 tahun berjumlah 18 responden dengan proporsi 11 %, responden berusia 31 - 35 tahun sebanyak 34 responden dengan proporsi 21 %, responden berusia 36 - 40 tahun sebanyak 7 responden dengan proporsi 4 %, responden berusia 41 - 45 tahun sebanyak 4 responden dengan proporsi 3 %, responden berusia 46 - 50 tahun sebanyak 6 responden dengan proporsi 4 %, dan responden dengan usia > 50 tahun berjumlah 4 responden dengan proporsi 2 %.

Tabel 4. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan

| Pekerjaan Saat Ini | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------------|------------------|------------|
| Bekerja Paruh Waktu | 10 | 6 % |
| Bekerja Penuh Waktu | 61 | 38 % |
| Mahasiswa Aktif | 54 | 33 % |
| Pelajar | 11 | 7 % |
| Wirausaha | 9 | 5 % |
| Freelance | 6 | 4 % |
| Tidak Bekerja | 11 | 7 % |

Berdasarkan Tabel 4 jumlah responden berdasarkan pekerjaan bekerja paruh waktu sebanyak 10 responden dengan proporsi 6 %, bekerja penuh waktu sebanyak 61 responden dengan proporsi 38 %, mahasiswa aktif sebanyak 54 responden dengan proporsi 33 %, pelajar sebanyak 11 responden dengan proporsi 7 %, wirausaha sebanyak 9 responden dengan proporsi 5 %, freelance sebanyak 6 responden dengan proporsi 4 %, tidak bekerja sebanyak 11 responden dengan proporsi 7 %.

Tabel 5. Jumlah responden berdasarkan domisili

| Domisili | Jumlah Responden | Persentase |
|-----------------|------------------|------------|
| Bekasi | 45 | 28 % |
| Bogor | 17 | 11 % |
| Depok | 6 | 4 % |
| Jakarta Barat | 10 | 6 % |
| Jakarta Pusat | 12 | 7 % |
| Jakarta Selatan | 28 | 17 % |
| Jakarta Timur | 21 | 13 % |
| Jakarta Utara | 8 | 5 % |
| Tangerang | 15 | 9 % |

Berdasarkan Tabel 5 jumlah responden berdasarkan domisili Bekasi sebanyak 45 responden dengan proporsi 28 %, domisili bogor sebanyak 17 responden dengan proporsi 11 %, domisili depok sebanyak 6 responden dengan proporsi 4 %, domisili Jakarta barat sebanyak 10 responden dengan proporsi 6 %, domisili Jakarta pusat sebanyak 12 responden dengan proporsi 7 %, domisili Jakarta Selatan sebanyak 28 responden dengan proporsi 17 %, domisili Jakarta timur sebanyak 21 responden dengan proporsi 13 %, domisili Jakarta utara sebanyak 8 responden dengan proporsi 5 %, domisili Tangerang sebanyak 15 responden dengan proporsi 9 %.

Tabel 6. Jumlah responden berdasarkan pengeluaran perbulan

| Domisili | Jumlah Responden | Persentase |
|------------------------------|------------------|------------|
| <Rp.5.000.000 | 116 | 71 % |
| Rp.5.000.001 - Rp.10.000.000 | 35 | 21 % |
| Rp.10.000.001 - Rp15.000.000 | 6 | 4 % |
| Rp.15.000.001-Rp.20.000.000 | 1 | 1 % |
| Rp.20.000.001-Rp.25.000.000 | 1 | 1 % |
| >Rp.25.000.000 | 3 | 2 % |

Berdasarkan Tabel 6 jumlah responden berdasarkan pengeluaran perbulan <Rp.5.000.000 sebanyak 116 responden dengan proporsi 71 %, Rp.5.000.001-Rp.10.000.000 sebanyak 35 responden dengan proporsi sebanyak 21 %, Rp.10.000.001-Rp.15.000.000 sebanyak 6 responden dengan proporsi 4 %, Rp.15.000.001-Rp.20.000.000 sebanyak 1 responden dengan proporsi sebanyak 1 %, Rp.20.000.000-Rp.25.000.000 sebanyak 1 responden dengan proporsi 1 %, >Rp.25.000.000 sebanyak 3 responden dengan proporsi 2 %.

Tabel 7. Jumlah responden berdasarkan frekuensi penggunaan LRT

| Frekuensi Penggunaan LRT | Jumlah Responden | Persentase |
|--------------------------|------------------|------------|
| <7 hari perbulan | 94 | 58 % |
| 7-14 hari perbulan | 37 | 23 % |
| 15-21 hari perbulan | 15 | 9 % |
| >21 hari perbulan | 16 | 10 % |

Berdasarkan Tabel 7 jumlah responden berdasarkan frekuensi penggunaan LRT <7 hari perbulan sebanyak 94 responden dengan proporsi 58 %, 7-14 hari perbulan sebanyak 37 responden dengan proporsi 23 %, 15-21 hari perbulan sebanyak 15 responden dengan proporsi 9 %, >21 hari perbulan sebanyak 16 responden dengan proporsi 10 %.

Tabel 8. Uji Hipotesis

| Konstruksi Hipotesis | Original sample (O) | T statistics (O/STDEV) | P values | Keputusan | Deskripsi |
|---|---------------------|------------------------|----------|-----------|-----------|
| Kualitas Pelayanan → Kepuasan pelanggan | 0,838 | 34,867 | 0,000 | Diterima | Tinggi |
| Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan | 0,545 | 5,402 | 0,000 | Diterima | Medium |
| Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan | 0,457 | 5,297 | 0,000 | Diterima | Medium |

Tabel 8 menunjukkan uji hipotesis, hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diperkuat dengan nilai t sebesar 34,867 dan nilai p sebesar 0,000 serta koefisien jalur yang tinggi, yaitu 0,838, mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk hipotesis kedua, nilai t sebesar 5,402 dan nilai p sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hipotesis ini juga berpengaruh secara signifikan dan dapat diterima. Koefisien jalur sebesar 0,545 menunjukkan adanya hubungan yang moderat antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak moderat terhadap loyalitas pelanggan.

Sementara untuk Hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, nilai t sebesar 5,297 dan nilai p sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan. Koefisien jalur sebesar 0,457 menunjukkan bahwa dampak gabungan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah moderat, menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan kedua faktor tersebut dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil Penelitian ini bertujuan untuk analisis hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan terhadap LRT rute DKI Jakarta.

Dari 162 responden, ditemukan bahwa kualitas pelayanan LRT secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan nilai O sebesar 0,838, T sebesar 34,867, dan P sebesar 0,000. Kepuasan pelanggan juga berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan dengan nilai O sebesar 0,545, T sebesar 5,402, dan P sebesar 0,000. Terdapat pula hubungan tidak langsung antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dengan nilai O sebesar 0,457, T sebesar 5,297, dan P sebesar 0,000. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan LRT akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Saran

Untuk mengembangkan dan memperbaiki sistem LRT di DKI Jakarta, disarankan agar jam pelayanan, frekuensi kedatangan, ketepatan waktu, kecepatan, kebersihan, dan informasi ditingkatkan.

Feedback pengguna harus diperhatikan untuk terus meningkatkan layanan. Program-program loyalitas seperti diskon dan reward perlu diperkenalkan. Sosialisasi dan edukasi intensif tentang manfaat dan tata cara penggunaan LRT akan membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kolaborasi dengan pihak swasta, komunitas, dan akademisi serta pengembangan teknologi perlu dilakukan untuk menciptakan sistem transportasi yang lebih efisien dan ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023, May). *Jumlah Penduduk DKI Jakarta Capai 10,67 Juta Jiwa pada 2022, Wilayah Mana Terbanyak?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/16/jumlah-penduduk-dki-jakarta-capai-1067-juta-jiwa-pada-2022-wilayah-mana-terbanyak>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1985). The Service-Quality Puzzle. *Business Horizon*, 31(5), 35–43.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern Method for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Fitzsimmons, J. A. (2010). *Service management operations, strategy and information technology*. Irwin/McGraw-Hill.
- IQAir. (2024). *Kualitas udara di Jakarta*. Kualitas Udara Di Jakarta. <https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management. 15th edition*. NJ Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, R., & Kurniawan, A. (2023, February). *Jumlah Kendaraan di Indonesia 147 Juta Unit, 87 Persen Motor*. Kompas. <https://otomotif.kompas.com/read/2023/02/10/070200315/jumlah-kendaraan-di-indonesia-147-juta-unit-87-persen-motor>
- Marjuki, I. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Yang Terpadu Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Siaga PT Bank Bukopin Cabang Pekanbaru. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 12(80), 67–75.
- Martin, W. B. (2001). *Quality Service: What Every Hospitality Manager Needs to Know*. Upper Saddle River.

- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. A. (2022). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Consumer Loyalty in Manado Gojek Transportation Company. *1285 Jurnal EMBA*, 10(1), 1285–1294.
- Morlok, E. K. (1995). *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi* (Y. Sainipar, Ed.). Erlangga.
- Nafisa, J., & Sukresna, I. M. (2018). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harapan Kinerja dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 78–104.
- Nasution, D. S., Budiarto, & Subroto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Manajemen Usahawan-Lembaga Management FE UI.
- Putranto, L. S. (2022). *Statistika & Probabilitas* (E. Risanto, Ed.). Penerbit Andi.
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor—Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sopiah, Sangadji, & Mamang, E. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI Offset.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). ANDI Offset.
- Tomtom. (2021). *Turun ke Peringkat 46 Dunia, Indeks Kemacetan Jakarta Semakin Baik*. Turun Ke Peringkat 46 Dunia, Indeks Kemacetan Jakarta Semakin Baik.
- Utami, G. D. (2019). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Persepsi Terhadap Iklan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu XL Pada Remaja* [Doctoral Dissertation]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Wahyuni, E. S. (2021). Kualitas Pelayanan Transportasi Darat Pada Era Adaptasi Baru di Gili Trawangan. *Media Bina Ilmiah*, 15(12), 5907–5924.
- Wardani, S. P. (2002). *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. ITB.
- Winata, H. P., & Najid, N. (2022). Evaluasi Tingkat Pelayanan Jalan Studi Kasus: Jalan Jenderal Sudirman Jakart. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 5(2), 489–496. <https://doi.org/10.24912/jmts.v5i2.16774>