

Perilaku Pengguna Angkutan Umum Perkotaan di Tangerang Selatan

Urban Public Transport User' Behavior in Tangerang Selatan

Syafieq Fahlevi Almassawa^{a,1*}, Nani^{b,2,}

^{a,b} Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

^{1*} Dosen01855@unpam.ac.id

* corresponding e-mail

ABSTRACT

Communities in general are in urgent need of public transportation beside private vehicles as a means of supporting the transportation of daily activities to meet their needs. The problem in big cities in Indonesia is urban transportation, especially big cities that are crowded like in JABODETABEK. The increasing number of residents of South Tangerang city is 3.27% high and the increase of the number of both motorcycles and four wheels is not followed by the improvement of urban public transportation service quality. Communities also negatively assess public services, especially urban transport that makes them choose to use private vehicles that can cause problems lannya social problems plus the lack of regulation in the use of private vehicles. The purpose of this research is to examine and analyze the relationship of urban public transport consumer's behavior which influenced by service quality and perceived value. The research method used is Structural Equation Modeling LISREL with population of urban transport passengers in south tangerang with 400 respondents. The result of this research shows that consumer behavior is influenced by service quality, perceived value an. And there is a positive mediation effect of service quality and perceived value on consumer behavior

Keywords : *urban public transportation; consumer behavior; service quality; perceive value*

ABSTRAK

Masyarakat pada umumnya sangat membutuhkan transportasi umum di samping kendaraan pribadi sebagai sarana pendukung transportasi kegiatan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan mereka. Masalah di kota-kota besar di Indonesia adalah transportasi perkotaan, terutama kota-kota besar yang ramai seperti di JABODETABEK. Meningkatnya jumlah penduduk kota Tangerang Selatan adalah 3,27% tinggi dan peningkatan jumlah sepeda motor dan roda empat tidak diikuti oleh peningkatan kualitas layanan transportasi umum perkotaan. Masyarakat juga menilai negatif layanan publik, terutama transportasi perkotaan yang membuat mereka memilih menggunakan kendaraan pribadi yang bisa menimbulkan masalah lannya masalah sosial plus kurangnya regulasi dalam penggunaan kendaraan pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan perilaku konsumen angkutan umum perkotaan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan nilai yang dirasakan. Metode penelitian yang digunakan adalah Structural Equation Modeling LISREL dengan populasi penumpang angkutan kota di tangerang selatan dengan 400 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan,

nilai yang dipersepsikan dan. Dan ada efek mediasi positif dari kualitas layanan dan nilai yang dirasakan pada perilaku konsumen

Kata Kunci: transportasi publik perkotaan; perilaku konsumen; kualitas layanan; merasakan nilai

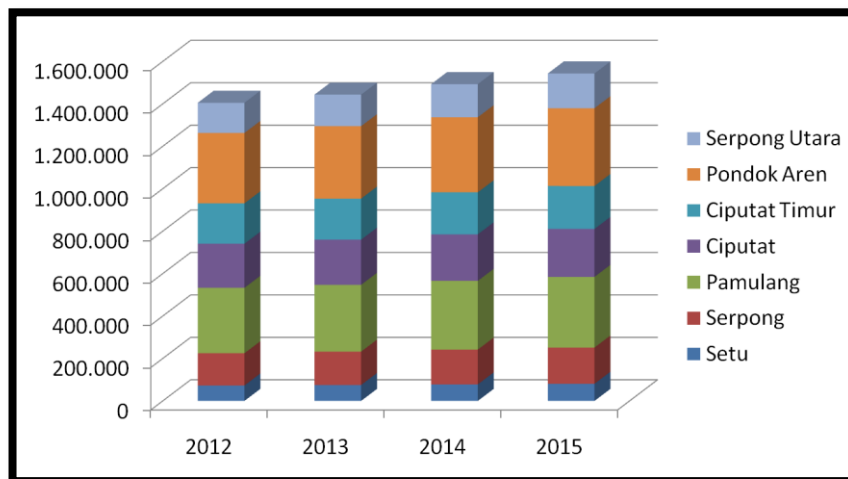
A. Pendahuluan

Peningkatan jumlah penduduk yang tinggi diikuti oleh peningkatan jumlah kendaraan bermotor baik roda dua dan roda empat. Hal tersebut tidak diikuti oleh peningkatan kualitas pelayanan transportasi umum perkotaan itu sendiri. Selain itu pemerintah belum menyediakan fasilitas transportasi yang memadai seperti kendaraan yang digunakan, terminal yang layak dan terintegrasi, dan tempat-tempat pemberhentian yang nyaman sehingga semua lapisan masyarakat dapat menikmati transportasi umum darat.

Seiring waktu waktu berjalan dalam era globalisasi seperti sekarang ini peran

teknologi sangatlah dominan dan didukung oleh fasilitas transportasi umum darat yang kurang baik, regulasi pemerintah tentang transportasi umum darat yang belum memihak orang banyak, ditambah anggapan konsumen yang negatif tentang transportasi umum. Oleh karena itu konsumen cenderung lebih tertarik pada jasa angkutan online yang sekarang sedang marak, Jasa angkutan online lahir ditengah harapan masyarakat atas transportasi yang murah, cepat, dan nyaman serta mengikuti perkembangan teknologi terkini. Untuk melihat tingkat pertumbuhan penduduk dapat dilihat pada Diagram .

Tabel 1.1: Jumlah Penduduk Tahun 2012- 2015 dan laju pertumbuhannya

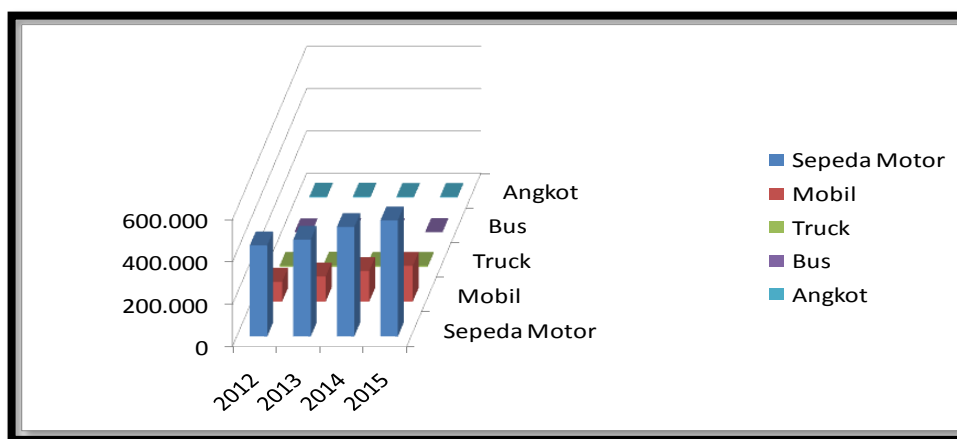


Sumber : BPS Kota Tangerang Selatan 2016

Diagram 1 menunjukkan rata-rata laju pertumbuhan penduduk Tangsel dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 sangat tinggi yaitu 3,27%. Dengan demikian

kebutuhan akan transportasi umum perkotaan juga meningkat. Untuk Melihat pertumbuhan kendaraan di Tangerang Selatan dapat dilihat pada Diagram 2.

Diagram 2 Jumlah bermotor pertype tahun 2012-2015



Sumber: SAMSAT Upt Serpong dan Upt Ciputat dan Dishub Tangerang Selatan

Fasilitas angkutan kota yang tersedia di Tangerang selatan berupa angkutan kota 3.045 buah dan bus 387 buah pada tahun 2015. Kalau dilihat jumlah dari angkutan kota cukup untuk melayani masyarakat umum tetapi masyarakat kurang berminat atau terpaksa menggunakannya karena tidak ada alternatif lain dikarenakan beberapa hal seperti, tidak adanya terminal yang terintegrasi, kendaraan tidak layak seperti kotor, tidak aman kondisi kendaraannya, berdesakan atau sempit, jadwal yang tidak jelas, tarif yang mahal, tingkat kejahatan yang tinggi.

Supaya penelitian ini tidak terlalu luas maka penulis melakukan pembatasan masalah sehingga hasil penelitian sesuai dengan apa yang diharapkan. Berikut beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini : (1) Perilaku konsumen di Tangerang Selatan terhadap transportasi umum ; (2) Kualitas pelayanan transportasi umum di Tangerang Selatan; (3) Perceived value tentang transportasi umum.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas penulis merumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku konsumen?; (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perceived value?; (3) Apakah perceived value berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Kualitas pelayanan adalah bentuk dari sikap yang berhubungan dengan kinerja dari pelayanan (Sumaedi et al,2012), Hoffman

dan Bateson, 2006, Lai dan Chen (2001) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan tingkat kinerja dari pelayanan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan. Menurut Tri Widiyanti et al definisi kualitas pelayanan adalah sikap dari penumpang angkutan kota yang berhubungan dengan tingkat dari kinerja dari pelayanan angkutan umum dalam memenuhi ekspektasi penumpang. Jika angkutan kota memberikan kinerja pelayanan yang sesuai dan bahkan lebih dari ekspektasi penumpang, penumpang akan berpikir positif tentang angkutan kota, Selanjutnya berdasarkan penelitian tentang kualitas pelayanan pada angkutan kota, ada 5(lima) dimensi yaitu, keamanan, kenyamanan, kinerja dan kehandalan, sikap awak angkutan umum dan kondisidari kendaraan beserta fasilitasnya.

Kualitas pelayanan berhubungan positif dan langsung terhadap nilai perilaku (behavioral intention), (Kuruusun et al 2010, Udo et al 2010, Ravichandran et al 2010, Boulding et al 1993, Park et al 2005). Dalam konteks angkutan umum, Lai dan Chen (2011) menemukan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi niat perilaku (behavioral intention) secara positif dan langsung.

Perceived Value adalah bentuk dari sikap pelanggan yang berhubungan dengan perbedaan antara semua manfaat yang mereka terima dari pelayanan angkutan kota dan semua biaya yang dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan tersebut

(Kotler dan Keller 2012, Hallowe, 1996, Zeithaml, 1988). Pelanggan akan mencari keuntungan dari pelayanan dengan tinggi jika pelanggan merasa bahwa manfaat yang mereka terima dari pelayanan lebih tinggi dari biaya yang dibayarkan (Dodds, 1981, dikutip dalam Wen et al 2005).

Menurut Tri Widiyanti et al 2013 definisi dari *perceived value* adalah sebagai bentuk dari sikap penumpang angkutan kota untuk membedakan antara semua manfaat yang mereka terima dari pelayanan angkutan kota dan semua biaya yang dibayarkan. Penumpang angkutan kota memiliki *perceived value* yang positif jika mereka merasa manfaat dari pelayanan angkutan kota lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelayanan itu. Selanjutnya jika penumpang angkutan kota merasa manfaat yang didapatkan lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan, mereka akan memiliki *perceived value* yang negatif.

Menurut Cronin et al 2000, Patrick dan Bachman, 2002; Patrick 2004, *perceived value* adalah variabel yang mempengaruhi niat perilaku. Hubungan yang positif dan signifikan antara *perceived value* dan niat perilaku (*behavioral intention*) telah banyak ditunjukkan banyak peneliti dalam berbagai macam konteks (Ruju, et al 2008, Chen 2008; Chen et al, 2004; Cronin et al 200, termasuk dalam bentuk pelayanan transportasi

umum (Wen et al 2005); Lai dan Chen, 2011).

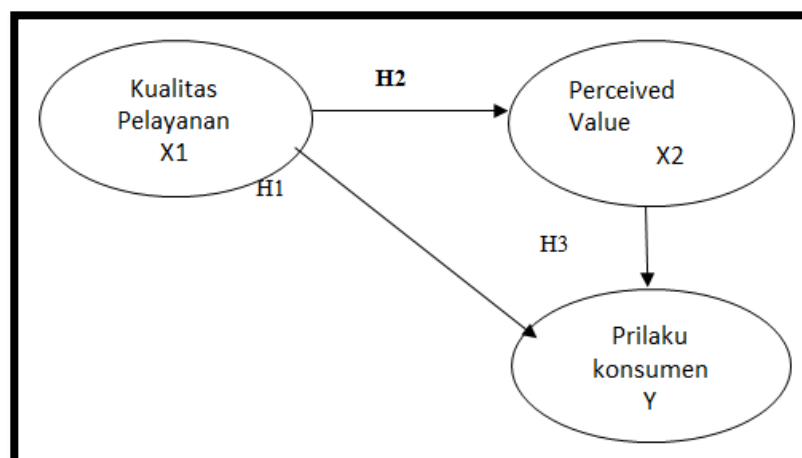
Menurut Tri Widiyanti et al 2013 dimensi dari *perceived value* adalah: (1) Perbandingan antara uang dan waktu yang digunakan; (2) Perbandingan antara biaya dengan pelayanan angkutan umum; (3) Perbandingan antara menggunakan angkutan umum dengan transportasi lain.

Behavioral intention (niat perilaku) adalah sesuatu yang paling penting dari perilaku yang akan datang (Ajzen 1991). Banyak akademisi menunjukkan *behavioral intention* sebagai pengukur untuk mewakili loyalitas pelanggan (Yang dan Peterson, 2004). Untuk itu niat perilaku (*behavioral intention*) mencakup pembelian kembali (*repurchase*) dan niat untuk merekomendasikan (*recommendation intention*), (Fornell, 1992, Zeithaml, et al, 1996, Cemes, 2008, Lai dan Chen 2010)

Dalam penelitiannya Sik Sumaedi et al 2011, menggunakan konsep *behavioral intention* yang mencakup pembelian kembali (*repurchase*) dan niat untuk merekomendasikan (*Recommendation intention*)

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan perilaku konsumen transportasi umum perkotaan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *perceived value*.

Gambar 1 Kerangka berpikir



Dari gambar 2 struktur penelitian dan hipotesis diatas maka dapat dijelaskan hipotesis seperti di bawah ini dengan dugaan; (1) H1: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen; (2) H2: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap perceived value; (3) H3 : Perceived value mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa hubungan perilaku konsumertanportasi umum perkotaan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, perceived value dan regulasi pemerintah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada wilayah kota Tangerang selatan yang merupakan salah satu kota di propinsi Banten. Lokasi Kota Tangerang Selatan terletak di bagian timur propinsi Banten dan selatan Kota Jakarta. Pemilihan kota Tangerang Selatan karena kota Tangerang Selatan merupakan kota yang berkembang pesat menjadi kota padat, menjadi tempat tujuan hunian yang bagi masyarakat. Hal tersebut membuat sistem transportasi umum perkotaan juga harus menunjang aktivitas warganya, masyarakat membutuhkan transportasi umum perkotaan yang terintegrasi, efisien, efektif dan mengurangi kemacetan.

Penelitian ini menggunakan cross sectional yaitu jenis penelitian deskriptif dengan data yang dikumpulkan pada satu titik waktu pada beberapa variabel. Jenis penelitian ini harus dipertimbangkan sebagai gambaran konfigurasi pasar yang menunjukkan waktu tertentu. Dalam penelitian cross sectional sekelompok responden dipelajari hanya sekali. (Malhotra 2004).

Populasi penelitian ini adalah penumpang angkutan umum perkotaan di

tangerang Selatan. Penulis kesulitan dalam mendapatkan data penumpang angkutan umum perkotaan di Tangerang Selatan. Penulis menentukan populasi dari jumlah penduduk menurut kelompok umur, yaitu jumlah penduduk dari umur 15 tahun sampai dengan 54 tahun sebesar 1,018,315. Dari rumus Slovin didapatkan sampel dalam penelitian ini adalah 400 orang.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling dengan mengambil survei dari penelitian terdahulu, Lai dan Chan (2011) serta Kiran dan Diljit (2011) . Untuk memastikan bahwa responden adalah penumpang angkutan umum perkotaan kami menyebar kuesioner di tempat-tempat di mana angkutan perkotaan beroperasi dan tempat-tempat penumpang menunggu angkutan kota.

Pengumpulan data dilakukan melalui ; (1) wawancara dengan expert yaitu dengan pejabat Dinas Perhubungan tangerang Selatan, Pejabat Pemda Tangerang selatan, Pejabat Samsat Tangerang Selatan . (2) kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat pengguna moda transportasi angkutan umum perkotaan. (3) studi pustaka. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling LISREL*.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Analisa Faktor Konfirmatori

Analisis faktor konfirmatori atau Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk menguji dimensionalitas suatu konstruk. Sebelum melakukan analisis model structural terlebih dahulu melakukan pengukuran model (measurement model) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator- indikator pembentuk konstruk.

Tabel 1 CFA Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan	Loading Factor	Keterangan
Safety	0.89	Valid
Comfort	0.89	Valid
Handal	0.90	Valid
Sikap	0.94	Valid
Kondisi	0.90	Valid

Tabel 2 Perceived value konstruk perceived value terdiri dari 3 indikator untuk 3 Dimensi perceived value

Perceived Vaku	Loading Factor	Keterangan
PER 1	0.70	Valid
PER 2	0.77	Valid
PER 3	0.76	Valid

Tabel 3 CFA Behavior Konstruk Behavior terdiri dari 2 indikator untuk 2 Dimensi behavior

Behavior	Loading Factor	Keterangan
BEV 1	0.71	Valid
BEV 2	0.72	Valid

2. Uji Persyaratan Statistik Berikut adalah diperlukan pada SEM dengan hasil estimasi persyaratan statistik yang menggunakan Lisrel 8.7

Tabel 4 Good of Fit

Uji GOF	Good Fit	Hasil	Kesimpulan
Normed Fit Index (NFI)	> 0,90, >0,95	0.98	Good Fit
Non-Normed Fit Index (NNFI)	>0,90, >0,95	0.99	Good Fit
Parsimonius Normed Fit Index (PNFI)	0.06 - 0,09	0.85	Good Fit
Comparative Fit Index (CFI)	>0,90, >0,95	0.99	Good Fit
Incremental Fit Index (IFI)	>0,90, >0,95	0.99	Good Fit
Relative Fit Index (RFI)	>0,90, >0,95	0.98	Good Fit
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	< 0.08	0.046	Good Fit

Berdasarkan uji persyaratan statistik di atas maka model dinyatakan fit dan pengujian hipotesis dapat dilakukan.

3. Persamaan Struktural

Berdasarkan kriteria GOF (Goodness of fit) yang ada, dimana p -value >0.05 dan $RMSEA < 0.08$. maka GOF sudah dipenuhi, disimpulkan model sudah fit dengan data, karena $RMSEA = 0.046 < 0.08$ walaupun p -value $= 0.0000 < 0.05$

- a. Persamaan Model Pengukuran
Persamaan model pengukuran dibentuk dari loading factor dan variance error pada masing-masing indikator terhadap konstruk yang dibentuknya. Sebagaimana dalam tabel output Estimate/maximum likelihood yang menunjukkan persamaan model pengukuran sebagai berikut :

Tabel 5 Estimasi (Maximum Likelihood) Measurement Equations

Indicator	Loading Factor	Error Variance	Standart Error	T-Value	Coofisient Determination	Dimensi
BEV1	0.59	0.34	0.031	10.90	0.51	Behavior
BEV2	0.61	0.34	0.032	10.72	0.52	Behavior
SAFETY	0.65	0.12	0.029	11.96	0.79	Layanan
COMFORT	0.64	0.11	0.024	11.87	0.79	Layanan
HANDAL	0.68	0.11	0.025	11.69	0.80	Layanan
SIKAP	0.64	0.057	0.021	9.83	0.88	Layanan

Indicator	Loading Factor	Error Variance	Standart Error	T- Value	Coofisient Determination	Dimensi
KONDISI	0.68	0.11	0.025	11.54	0.81	Layanan
PER1	0.57	0.34	0.039	11.07	0.49	Perceived
PER2	0.66	0.29	0.052	9.37	0.59	Perceived
PER3	0.65	0.32	0.053	9.78	0.57	Perceived

Pada hasil output di atas dapat dilihat nilai t hitung pada masing masing indikator telah signifikan, karena nilai t hitung > 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator di atas sudah fit dan modelnya sudah baik

b. Persamaan Model Struktural

Berikut ini merupakan persamaan struktural untuk Kualitas Pelayanan, Perceived Value dan Regulasi Pemerintah yang merupakan hubungan antara variabel variabel laten yang dihipotesiskan dan juga antara dimensi dengan konstruk yang dituju

Tabel 6 Structural Equations

No	Variabel	Parameter	Estimasi	Nilai-T hitung
1	Kualitas Pelayanan dengan Perilaku Konsumen	X1- Y	0.30	4.27
2	Kualitas Pelayanan dengan Perceived Value	X1 - X 2	0.60	10.04
3	Perceived Value dengan Perilaku Konsumen	X2 – Y	0.42	6.21

Pada persamaan struktural di atas dapat dilihat nilai t-hitung yang dihasilkan yang akan dijelas pada pengujian hipotesis.

4 Analisis Hipotesis

Berdasarkan hasil keseluruhan dapat diuraikan: (a) Analisis hipotesis H1 diterima karena nilai t variabel kualitas pelayanan= 4.27> 1.96 sehingga H0 ditolak, yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen. Makin tinggi Kualitas pelayanan, makin tinggi perilaku konsumen. Demikian juga sebaliknya; (b) Analisis hipotesis H2 diterima karena nilai t variabel Kualitas Pelayanan = 10.64 > 1.96 sehingga H0 ditolak, yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perceived Value. Makin tinggi Kualitas Pelayanan, makin tinggi Prceived Value. Demikian juga sebaliknya; (c)

Analisis Hipotesis H3 diterima pada Tabel di atas nilai t variabel Perceived Value = 6.21 > 1.96 sehingga H0 ditolak, yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Behavior. Makin tinggi perceived value, makin tinggi Behavior juga sebaliknya : (d) besar dari direct effect X1(kualitas pelayanan) – Y(perilaku konsumen) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.42; (e) Analisis efek mediasi X1(kualitas pelayanan), X3(regulasi pemerintah) – X1(kualitas pelayanan) = 0.69, X1(kualitas pelayanan)- Yperilaku konsumen)=0.42, X3(regulasi pemerintah)-Y(perilaku konsumen)=0.42, indirect effect X3(regulasi pemerintah) –Y (perilaku konsumen) melalui X1 (kualitas playanan)=0.64x0.42=0.27. Total effects = 0.42+0.27=0.69. Dengan demikian variabel X1(kulitas pelayanan) sebagai mediasi memperbesar hubungan antara varabel X3 (regulasi pemerintah) terhadap Y(perilaku

konsumen) dengan koefisien regresi sebesar 0.69 lebih besar dari direct effects X3 (regulasi pemerintah) – Y (perilaku konsumen) sebesar 0.42

D. Simpulan

Merujuk hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Makin tinggi Kualitas pelayanan, makin tinggi perilaku konsumen. Demikian juga sebaliknya; kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived Value. Makin tinggi Kualitas Pelayanan, makin tinggi Perceived Value; sedangkan Perceived Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Behavior. Makin tinggi perceived value, makin tinggi perilaku konsumen.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived value, perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, regulasi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, dan regulasi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan.

Dalam penelitian ini juga disimpulkan bahwa efek mediasi dari perceived value yang meningkatkan pengaruh yang lebih besar pada hubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen, efek mediasi lain adalah kualitas pelayanan yang meningkatkan pengaruh regulasi pemerintah terhadap perilaku konsumen.

Pemangku kepentingan harus melakukan hal-hal sebagai berikut untuk membuat masyarakat berkeinginan untuk menggunakan angkutan umum perkotaan di Tangerang Selatan. Pemerintah Kota Tangerang Selatan dengan instansinya

seperti Dinas Perhubungan, UPT Samsat dan dibantu pemerintah pusat melalui BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Tangerang Selatan dapat melakukan konsolidasi untuk mencari jalan keluar dalam permasalahan permasalahan angkutan umum perkotaan di Kota Tangerang Selatan. Salah satu hal menarik yang ditemukan oleh penulis adalah tidak sinkronnya data kendaraan pada kedua instansi terkait (Dishub dan Samsat) sehingga peneliti sangat sulit untuk menentukan jumlah kendaraan yang ada di Kota Tangerang Selatan dan yang lebih tidak bisa dimengerti adalah BPS sebagai sumber data secara nasional tidak mempunyai data tersebut. Diharapkan dengan data yang akurat kita dapat mencari apa saja yang dapat dilakukan untuk memecahkan masalah masalah transportasi umum perkotaan di Kota Tangerang Selatan.

Pengelola Angkutan umum perkotaan baik yang dibangun oleh pemerintah ataupun swasta harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga masyarakat mendapat pelayanan yang seharusnya yang selanjutnya mereka mendapatkan nilai keuntungan dari menggunakan angkutan umum perkotaan. Hal-hal yang perlu diperhatikan menurut penulis adalah aspek aspek keselamatan seperti kendaraan yang sudah tidak layak, pengemudi yang tidak memiliki sim, cara mengemudi yang ugal-ugalan, waktu tunggu yang lama, dan keamanan dari kejahatan. Masyarakat kota di Kota Tangerang Selatan diharapkan untuk terbiasa menggunakan angkutan umum perkotaan, sehingga kebiasaan ini dapat mengurangi masalah kemacetan, masalah kesenjangan sosial, penghematan dan masalah masalah sosial lainnya.

E. Daftar Pustaka

- Armenia, A., & Piata, R. (2016) The quality of The Urban Transport in Bucharest and How to Improve it in accordance with the Expectation of the Citizens, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 11 (1).
- Astrini, & Yarmen, M. (2015). Factors Influencing The Behavioral Intention Of Public Transport Passengers. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32 (7), 666-692.
- Javid, M. A., Okamura, T., Nakamura, F., Tanaka, S., & Wang, R. (2016). People's Behavioral Intentions Towards Public Transport in Lahore: Role of Situational Constraints, Mobility Restrictions and Incentives. *KSCE Journal of Civil Engineering*, 20(1), 401-410.
- Directions In The Economic Regulation of Public Bus Transport. HU ISSN 1418-7108: HEJ Manuscript no.: TAR-020905-A
- Bakti, I. G. M. Y & Sumaedi, S. (2015). *Measuring Passenger Loyalty to Public Transport Modes*. *Journal of Public Transportation*, 18, (1) 2015.
- Latan, H. (2013). *Structure Equation Modeling Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*. Bandung : Alfabeta.
- Yarmen, M, & Sumaedi, S. (2015). Indeks Kepuasan Penumpang Angkutan Umum (Studi Kasus: Penumpang Bus Kecil di Bogor), Annual Meeting On Testing And Quality. Pusat Penelitian Sistem Mutu dan Teknologi Pengujian-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Javid. M. A. (2015) The Factors Influencing Satisfaction with Public City Transport: A structural Equation Modelling Approach. *Journal of Competitiveness*, (7) 4, 18-32.
- Istvan Dr. Szechenyi Istvan University. Department of Transport (2005)
- Putra, R. R. D, (2012) Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (bus kota) di Kota Yogyakarta. Tugas Ekonomi Kota, Jurusan Perencanaan wilayah dan Kota Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan). Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Kamaruddin, R., Osman I., Izaliana, C., & Pei, C. (2012), *Customer Expectation and its Relationship Toward Public Transport in Klang Valley*. Shah Alam ; UiTM, Malaysia.
- Selatan Indonesia (2013) P-Transqual : A Service Quality Model Of Public Land Transport Sevices. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32 (6).
- Sohail, M., Maunder, D.A.C., & Cavill, S. (2006). Effective Regulation For Sustainable Public Transport In Developing Countries. *Transport Policy in Journal*, 13(3), 177-190
- Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., & Yarmen, M. (2012). The Empirical Study of Public Transport Passengers'behavioral Intentions: The Roles of Service Quality, Perceived Sacrifice, Perceived Value, And Satisfaction (Case Study: Paratransit Passengers In Jakarta, Indonesia). *International Journal for Traffic & Transport Engineering*, 2(1).
- Wijanto S. H., (2015). Metode Penelitian Menggunakan Structural Equation Modeling dengan LISREL. Depok ; Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Yoram Shiftan (Israel Institute of
Technology) Yotam Barlach (NTA
Metropolitan Mass

Yotam Barlach (NTA Metropolitan Mass
Transit System Ltd) Daniel Shefer
(Israel).