

Kualitas Pelayanan Kereta-Api dengan Pendekatan Pengalaman Penumpang dan Dampaknya pada Kepercayaan Penumpang

The Quality of Railway Services with a Passenger Experience-Based Approach and Its Impact on Passenger Trust

Levyda Levyda

Universitas Sahid, Jl. Prof. Dr. Soepomo 84, Tebet, Jakarta Selatan, Indonesia
levyda@usahid.ac.id

*corresponding e-mail:

This is an open access article under the terms of the CC-BY-NC license

ABSTRACT

Passenger trust is a key factor to win the competition. This study aims to develop multi-dimensional service quality based on passenger experience which includes ticketing quality, station quality and train quality and examine the effect of service quality on passenger satisfaction and trust. This research is a quantitative research. Sampling was done by purposive sampling and the number of samples was two hundred and thirteen people. Samples were obtained by snowball sampling method/ Data processing is done by SEM Lisrel. The quality of ticketing services, service quality at stations and service quality on trains developed in this study is significant as a measure of train service quality. The quality of service on the train has a greater influence on the quality of service and is followed by the quality of service at the station and the quality of ticketing. The quality of employee service greatly determines the quality of stations and trains, while the booking process determines the quality of ticketing. The indirect effect of service quality on passenger trust through passenger satisfaction is higher than the direct effect of service quality on passenger trust.

Keywords : *service quality, passenger experience approach, satisfaction, customer trust, rail transportation*

ABSTRAK

Kepercayaan penumpang merupakan faktor kunci untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan mengembangkan kualitas pelayanan multi-dimensi berdasarkan pengalaman penumpang yang meliputi kualitas pelayanan tiket, kualitas stasiun dan kualitas kereta api dan menguji pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan dan kepercayaan penumpang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dan jumlah sampel adalah dua ratus tiga belas orang. Sampel diperoleh dengan metode snowball sampling. Pengolahan data dilakukan dengan SEM Lisrel. Kualitas pelayanan tiket, kualitas pelayanan di stasiun dan kualitas pelayanan di kereta-api yang dikembangkan dalam penelitian ini signifikan sebagai pengukur kualitas pelayanan kereta-api. Kualitas pelayanan di kereta-api memiliki pengaruh lebih besar pada kualitas pelayanan dan diikuti kualitas pelayanan di stasiun dan kualitas ticketing. Kualitas pelayanan karyawan sangat menentukan kualitas stasiun dan kereta-api sedangkan proses booking menentukan kualitas pelayanan tiket. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan penumpang melalui kepuasan penumpang, lebih tinggi daripada pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan penumpang. Kemudahan mendapat tiket, ketepatan waktu kedatangan dan keberangkatan dan kualitas air conditioning di kereta-api, perlu ditingkatkan karena kontribusinya sangat rendah. Kontribusi penelitian ini adalah pengukuran kualitas pelayanan,

kepuasan dan kepercayaan penumpang yang telah tervalidasi sehingga dapat menjadi alternatif untuk mengukur variabel-variabel tersebut.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, pendekatan pengalaman penumpang, kepuasan, kepercayaan penumpang, transportasi kereta-api

A. Pendahuluan

Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk membangun perkeretaapian nasional sebagai tulang punggung transportasi penumpang dan barang untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kemacetan (Kementerian Perhubungan Direktorat Jendral Perkeretaapian, 2018). Di Indonesia, layanan transportasi kereta-api disediakan, diatur, dan dikelola oleh PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). PT KAI terus melakukan pembenahan untuk mewujudkan moda transportasi yang efisien, ramah lingkungan, aman, nyaman, tepat waktu dan mudah untuk mendapatkan tiket (PT Kereta Api Indonesia, 2021). Namun dengan adanya berbagai alternatif moda transportasi, pembangunan jalan tol, dan peningkatan kepemilikan moda transportasi pribadi dapat mengurangi minat menggunakan angkutan kereta-api.

Untuk mendorong penumpang menggunakan jasa transportasi kereta-api tergantung pada kemampuan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan sangat penting bagi PT KAI karena secara empiris mempengaruhi loyalitas penumpang kereta-api (Anggrayni et al., 2020; Borhan et al., 2019; Kospandani & Wahyudi, 2021; Muslim et al., 2020; Wang et al., 2020; Wonglakorn et al., 2021). Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan (Song et al., 2019).

Pada jasa transportasi, kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang diduga sebagai antecedent kepercayaan penumpang. Namun masih ada perbedaan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan

penumpang terhadap kepercayaan penumpang. Oleh karena itu penelitian hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan dan kualitas pelayanan masih relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel yang diduga berpengaruh kepercayaan penumpang yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang. Selain itu penelitian ini juga mengembangkan ukuran kualitas dengan pendekatan pengalaman penumpang, kepuasan penumpang dengan pendekatan afektif dan kognitif serta kepercayaan penumpang.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap suatu entitas (Berry et al., 1988). Kualitas layanan merupakan perbandingan antara persepsi pelanggan tentang penyampaian layanan dan harapan (Li et al., 2018). Berdasarkan *the Transit Capacity and Quality of Service Manual*, kualitas pelayanan pada jasa transportasi merupakan penilaian transportasi secara menyeluruh dari perspektif penumpang (Eboli & Mazzulla, 2021). Penelitian ini menggunakan definisi (Eboli & Mazzulla, 2021).

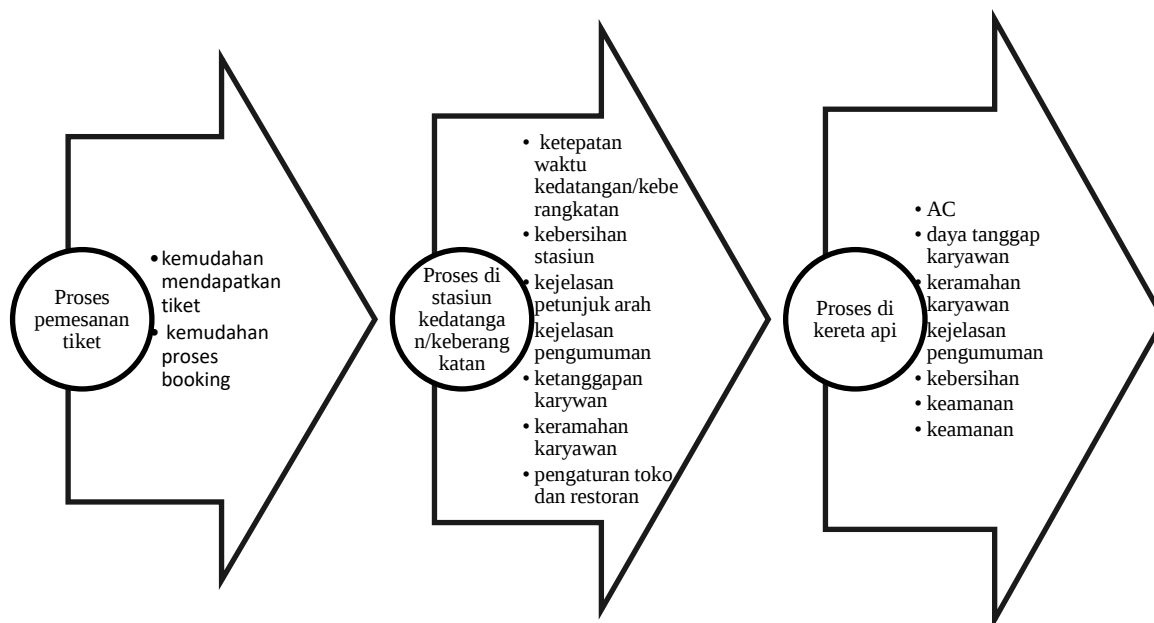
Kualitas pelayanan transportasi publik juga merupakan antecedent kepuasan penumpang (Ansory & Safira, 2018; Li et al., 2018; Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Khairuddin, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021).

Kualitas pelayanan diukur dengan berbagai cara. 'Ranjan' (2020), Miranda et al., (2018) dan Ansory & Safira (2018) memodifikasi SERVQUAL dikembangkan

oleh Parasuraman, Berry, Zeithaml (Berry et al., 1988; A; Parasuraman et al., 1988; Anantharathan Parasuraman et al., 1985) menjadi beberapa yang attribut kualitas pelayanan yang dinilai sesuai untuk transportasi publik. (Wonglakorn et al., 2021) memodifikasi SERVQUAL sebagai konstruk multidimensi. Pada penelitian ini, kualitas

pelayanan merupakan konstruk laten multidimensi (Eboli et al., 2018; Wonglakorn et al., 2021) dan dimensi-dimensi kualitas pelayanan dikembangkan berdasarkan pengalaman penumpang yang meliputi dari pemesanan tiket, pengalaman selama di stasiun dan di kereta api (Etemad-Sajadi et al., 2016; Knutson et al., 2010).

Penelitian ini, kualitas pelayanan merupakan multi dimensi, yang dijabarkan berdasarkan penekatan pengalaman penumpang seperti gambar berikut ini.



Gambar 1. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Pendekatan Pengalaman Penumpang

Pengukuran kualitas pelayanan kereta-api dan referensi, sebagai berikut.

Tabel 1. Pengukuran Kualitas Pelayanan Kereta-api

Dimensi	Indikator	Refensi
Tiket	kemudahan mendapatkan tiket	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021)
	kemudahan proses booking	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021)
Stasiun	ketepatan waktu kedatangan / keberangkatan	(de Oña, 2021; Ibrahim et al., 2020; Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; van Lierop et al., 2018)
	kemudahan akses ke stasiun	(Ansory & Safira, 2018; Hadiuzzaman, Malik, et al., 2019; van der Waerden & van der Waerden, 2018),
	Kebersihan stasiun	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021)

	kecukupan ruang tunggu	(Anggrayni et al., 2020; Hadiuzzaman, Malik, et al., 2019; Ibrahim et al., 2020)
	Kejelasan petunjuk arah	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022),
	kejelasan pengumuman	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021)
	Ketanggapan karyawan distasiun	(Ansory & Safira, 2018)(Wonglakorn et al., 2021)
	Keramahan karyawan di stasiun	(Wonglakorn et al., 2021)
	Keamanan stasiun	(Ha et al., 2019; Hadiuzzaman, Farazi, et al., 2019)
	Pengaturan toko	(Wonglakorn et al., 2021).
Kereta-api	Air conditioning	(Ibrahim et al., 2020; Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; 'Ranjan' et al., 2020; van Lierop, Badami, & El-Geneidy, 2018)
	Ketanggapan karyawan di kereta	(Ansory & Safira, 2018; Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; Wonglakorn et al., 2021)
	Keramahan karyawan di kereta api	(Wonglakorn et al., 2021)
	Kejelasan pengumuman di kereta api	(Fu et al., 2017)
	Kebersihan kereta api	(Nazrul, Ibrahim, Borhan, Osman, Razuhanafi, et al., 2022; 'Ranjan' et al., 2020)
	Keamanan di kerta api	('Ranjan' et al., 2020)

Kepuasan merupakan keseluruhan pengalaman pelanggan dengan layanan dibandingkan dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya (van Lierop et al., 2018). Wonglakorn et al. (2021) mendefinisikan kepuasan penumpang sebagai perasaan yang muncul sebagai hasil membandingkan kualitas yang dirasakan dengan harapan. Menurut de Oña (2021) kepuasan penumpang merupakan penilaian afektif seperti kesenangan, ketertarikan, kenikmatan dan lain-lain. Berbeda dengan de Oña (2021), Olsson et al. (2020) kepuasan pada transportasi publik merupakan hasil penilaian kognitif dan afektif. Kepuasan penumpang pada penelitian ini mengacu pada Olsson et al (2020).

Secara empiris kepuasan penumpang berpengaruh pada kepercayaan penumpang (Anggrayni et al., 2020; Kospandani & Wahyudi, 2021; Wonglakorn et al., 2021).

Kepuasan dapat diukur dengan dimensi kognitif, afektif dan kepuasan secara menyeluruh (Friman et al., 2013). Olsson et

al.(2020) mengukur kepuasan penumpang dengan pendekatan kognitif dan afektif. Penelitian ini menggunakan pengukuran kognitif dengan indikator, kepuasan proses pemesanan tiket, kepuasan pada stasiun, kepuasan pada kereta (Friman et al., 2013). Penelitian ini juga menggunakan pengukuran afektif dengan indikator, kepuasan meneluruh pada pelayanan PT KAI, kesesuaian harapan dan kinerja sesungguhnya, preferensi pada transportasi kereta api dibandingkan transportasi lain dan kesediaan merekomendasikan penggunaan kereta api (de Oña, 2021).

Membangun kepercayaan membutuhkan waktu, kepercayaan mudah hilang, dan sekali hilang sulit untuk dipulihkan (Chan, 2018). Menurut Lee dan See, 2004, kepercayaan pada organisasi tergantung “sejarah” menentukan kepercayaan pada organisasi (Khastgir et al., 2018). Berdasarkan pendapat Lee and See 2004, kepercayaan organisasi merupakan

sikap bergantung seseorang yang ditentukan oleh “sejarah” bahwa organisasi dapat membantu seseorang mencapai tujuannya dalam situasi ketidakpastian dan kerentanan. Kepercayaan pelanggan merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung pada perusahaan berdasarkan keyakinan atau harapan yang dihasilkan dari kredibilitas, kebijakan dan kemampuan yang terkait dengan kinerja (Hawlitschek et al., 2018).

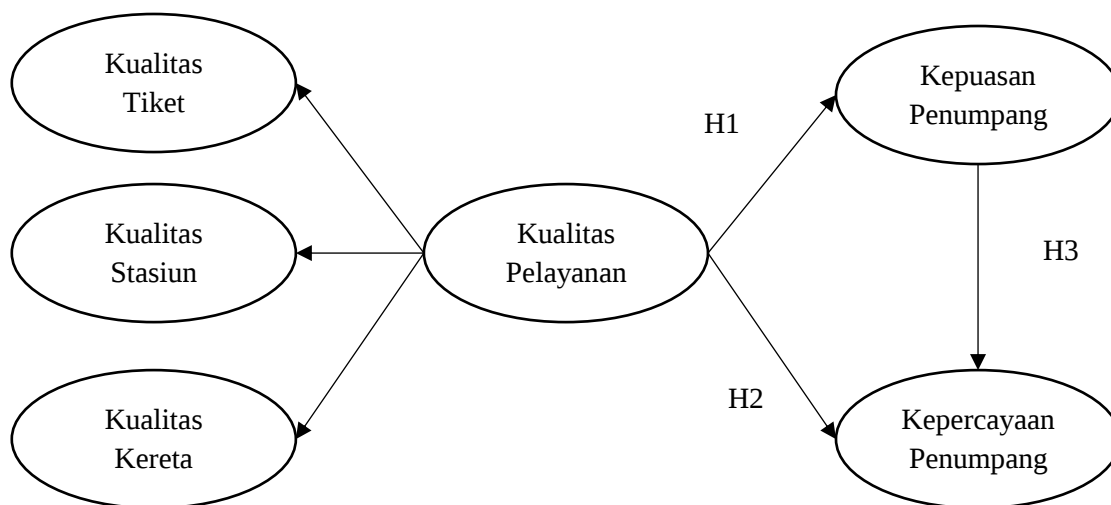
Kepercayaan pelanggan terhadap merek adalah keyakinan konsumen bahwa merek tersebut terus menerus memenuhi janjinya (Rajavi et al., 2019). Unsur-unsur bauran pemasaran yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap merek adalah iklan yang dilakukan secara intensif, serta intensitas produk baru dan distribusi yang dilakukan secara intensif berdampak pada kepercayaan

pelanggan terhadap merek. Pada penelitian ini, kepercayaan penumpang PT KAI didefinisikan sebagai kesediaan penumpang bergantung pada PT KAI berdasarkan keyakinan dan harapan yang dihasilkan dari kredibilitas, kebijakan dan kinerja dimasa lalu. Pada penelitian ini, kepercayaan diukur dengan kinerja yang dijanjikan yaitu aman, tepat waktu, nyaman sesuai misi PT KAI (Hawlitschek et al., 2018; KAI, 2019; Khashtgir et al., 2018; Rajavi et al., 2019).

Wonglakorn et al. (2021), Kospandani & Wahyudi (2021), Setiawan et al. (Setiawan et al., 2020) dan Anggrayni et al (Anggrayni et al., 2020) menemukan kualitas pelayanan transportasi berpengaruh pada kepercayaan penumpang.

Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepercayaan penumpang.

Secara keseluruhan model penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 2. Model Penelitian

B. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan diukur pada skala Likert 1 sampai 5, di mana angka satu berarti sangat tidak setuju, dan angka lima berarti sangat setuju. Penelitian ini difokuskan pada

kereta-api jarak menengah dan jarak jauh di Pulau Jawa. Kuesioner dalam bentuk google-form didistribusikan kepada responden yang memenuhi kriteria yaitu minimal satu kali menggunakan jasa kereta-api selama masa penelitian (2017-2019). Responden diperoleh dengan pendekatan *snowball sampling*.

Pengolahan data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) Lisrel 8.8. Langkah-langkah SEM adalah spesifikasi model, identifikasi model, estimasi model, evaluasi model, dan respesifikasi (Chin et al., 2008). Model dan spesifikasi identifikasi telah dideskripsikan di atas. Evaluasi model struktural persepsi kualitas digunakan Goodnes of Fit Indek (GFI) dengan alat Chi-square, p-value, Chi-square/df, dan RMSEA. Penelitian ini menguji model struktural kualitas pelayanan, kepuasan penumpang dan kepercayaan penumpang menggunakan alat Chi-square, p-value, Chi-square/df, dan RMSEA. Model tergolong cocok (fit) dengan kriteria $0 \leq \chi^2 \leq 2df$, p-value $0.05 < p < 1.00$ (Schermelleh-Engel et al., 2003). Validitas diuji dengan loading factors dan minimal loading factor adalah 0,708 (Hair, Jr et al., 2017). Reliabilitas diuji dengan composite

reliability. Composite reliability menunjukkan konsistensi internal. Menurut Nunally & Bernstein (1994) nilai composite reliability yang memuaskan adalah 0,7-0,9 namun untuk penelitian eksploratif 0,6-0,7 dapat diterima (Hair, Jr et al., 2017). Model pengukuran kepuasan dan kepercayaan pelanggan harus diuji validitas dan reliabilitasnya, sama seperti model pengukuran persepsi kualitas. Hipotesis diuji dengan uji-t.

C. Hasil dan Pembahasan

Jumlah responden adalah 213. Responden beragam dalam frekuensi penggunaan kereta-api, jenis kereta-api yang digunakan dan cara pemesanan tiket. Responden pria lebih banyak dari wanita. Pendidikan terakhir responden sangat beragam. Dengan demikian responden bervariasi. Responden dideskripsi berikut ini.

Tabel 2. Deskripsi responden

Deskripsi responden	Jumlah	Persentase
Frekuensi penggunaan kereta api selama satu tahun terakhir:		
1 kali	52	24.4%
2 - 5 kali	110	51.6%
6 - 9 kali	22	10.3%
Lebih dari 10 kali	29	13.6%
Jenis kereta api (KA) apa yang pernah anda gunakan?		
KA Ekonomi	68	31.9%
KA Bisnis	32	15.0%
KA Eksekutif	107	50.2%
KA Lainnya	6	2.8%
Cara pemesanan tiket yang anda pilih		
Internet reservasi di situs resmi PT KAI	82	38,5%
Contact center 121	10	4,7%
Mitra PT KAI online/offline	99	46,4%
Pembelian tiket di Station	6	10,4%
Jenis kelamin		
Perempuan	92	43.2%
Laki-laki	121	56.8%
Pendidikan terakhir		
SMA/SMK	51	23.9%
Diploma 3	29	13.6%

S1/D4	89	41.8%
S2	33	15.5%
S3	11	5.2%

Model hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap kepercayaan pelanggan ada dua model, yaitu model pengukuran, dan model struktural. Analisis model pengukuran menganalisis validitas indikator atau dimensi dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan sedangkan analisis model struktural mengkaji pengaruh antar variabel yang dihipotesiskan.

Variabel kualitas pelayanan diukur melalui pendekatan *second order*, yaitu pengukuran yang melibatkan tiga dimensi dan indikator-indikator dalam setiap dimensi. Hasil analisis uji kecocokan model absolut (*goodness of fit index*), Chi-square untuk kualitas pelayanan adalah 173,01, nilai p adalah 0,08912, nilai Chi-square/df adalah 1,153, dan nilai RMSEA adalah 0,027. Dengan demikian model *second order* kualitas pelayanan adalah model yang layak, karena cocok dengan data.

Berdasarkan pendekatan berbasis transaksi, dimensi persepsi kualitas terdiri dari kualitas tiket, kualitas stasiun, dan kualitas kereta-api. Kriteria minimum loading factor dari dimensi kualitas pelayanan adalah 0,708 (lihat tabel 4). *Loading factor* untuk dimensi tiket kurang dari 0,5, tetapi nilai t-hitungnya adalah 2,72, lebih besar dari t-tabel (1,65), sehingga dimensi ini masih digunakan sebagai ukuran kualitas pelayanan.

Kualitas stasiun dan kualitas kereta-api juga dapat digunakan sebagai ukuran kualitas berdasarkan nilai loading dan *t-value*. *Composite reliability* kualitas pelayanan ini adalah 0,89, oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan variabel yang reliable. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 89% keragaman dari variabel kualitas pelayanan dapat tergambarkan dari dimensi dimensinya. Dimensi-dimensi tersebut layak untuk ukuran kualitas pelayanan kereta-api.

Tabel 3. Hasil uji validitas dan reliabilitas dimensi kualitas pelayanan

Variabel dan dimensi	Loading	R ²	Error Variance	t-value	Composite Reliability
Kualitas pelayanan					0.89
Kualitas tiket	0.48	0.44	0.19	2.72	
Kualitas stasiun	1.00	0.49	0.24	4.08	
Kualitas kereta api	0.93	0.51	0.26	5.53	

Dimensi tiket memiliki composite reliability 0,77 sedangkan dimensi stasiun dan kereta api memiliki keandalan komposit 0,83 dan 0,81. Oleh karena itu dimensi ini dapat diandalkan. Composite reliability dimensi ini juga menunjukkan keragaman pengukuran. Dimensi ticketing, stasiun, dan kereta-api relatif seimbang dalam kualitas pelayanan, tetapi kereta-api memiliki kualitas ticketing yang paling rendah.

Beberapa indikator-indikator kualitas ticketing, kualitas stasiun dan kualitas kereta api memiliki nilai loading memiliki nilai dibawah 0,708 tetapi memiliki t-value lebih dari 1,65 sehingga dinyatakan valid sebagai ukuran masing-masing dimensi. Indikator-indikator tersebut layak digunakan sebagai ukuran kualitas pelayanan kereta-api. Pada kualitas ticketing, proses pemesanan memberikan kontribusi pada kualitas

ticketing, sehingga perlu berbagai upaya untuk meningkatkan kemudahan mendapat tiket. Ketepatan waktu keberangkatan dan ketepatan waktu kedatangan serta kecukupan waktu tunggu di stasiun, memberikan

kontribusi yang rendah pada kualitas stasiun, sehingga perlu ditingkatkan. Kontribusi air conditioning dan kejelasan pengumuman, memberi kontribusi yang rendah pada kualitas kereta api, sehingga perlu ditingkatkan.

Tabel 4. Hasil uji validitas dan reliabilitas kualitas pelayanan

Dimensi dan indikator kualitas pelayanan	Loading	R ²	Error Variance	t-value	Composite Reliability
Kualitas tiket					0.77
Tiket mudah didapat	0.68	0.46	0.54	-	
Kemudahan proses booking	0.89	0.79	0.21	4.87	
Kualitas stasiun					0.83
Ketepatan waktu pemberangkatan	0.44	0.19	0.81		
Ketepatan waktu kedatangan	0.49	0.24	0.76	4.18	
Kemudahan akses ke stasiun	0.51	0.26	0.74	4.52	
Kebersihan stasiun	0.53	0.28	0.72	4.30	
Kecukupan tempat tunggu	0.49	0.24	0.76	3.69	
Kejelasan petunjuk jalan	0.50	0.25	0.75	3.53	
Kejelasan pengumuman	0.54	0.29	0.71	4.30	
Pengaturan toko dan restoran	0.58	0.34	0.66	4.33	
Ketanggapan karyawan distasiun	0.65	0.42	0.58	4.03	
Keramahan karyawan di stasiun	0.77	0.59	0.41	4.22	
Keamanan stasiun	0.56	0.31	0.69	4.08	
Kualitas kereta api					0.81
Air conditioning	0.54	0.29	0.71	-	
Ketanggapan karyawan di kereta	0.79	0.62	0.38	5.73	
Keramahan karyawan di kereta api	0.73	0.53	0.47	4.96	
Kejelasan pengumuman di kereta api	0.56	0.31	0.69	5.15	
Kebersihan kereta api	0.63	0.40	0.60	4.91	
Keamanan di kereta api	0.60	0.36	0.64	4.48	

Hasil analisis uji kecocokan model absolut (*goodness of fit index*) variabel kepuasan, Chi-square sebesar 7,42, p-value sebesar 0,4922, Chi-square/df sebesar 0,9275, dan RMSEA sebesar 0,000. Dengan demikian model kepuasan penumpang adalah model yang layak, karena cocok dengan data. Semua indikator kepuasan penumpang menunjukkan bahwa semua indikator valid karena nilai *loading factor* lebih besar dari 0,50 dan signifikan karena nilai t lebih dari 1,65. Nilai *composite reliability* ini menunjukkan

variabel kepuasan penumpang adalah reliable dan 85% keragaman kepuasan pelanggan tercermin dari indikator-indikatornya. Dalam jasa transportasi kereta-api, kepuasan dapat diukur dengan kepuasan kognitif dan afektif, namun kepuasan kognitif memiliki peran yang lebih signifikan dalam kepuasan pelanggan daripada kepuasan afektif. Preferensi penumpang dan kesediaan penumpang untuk merekomendasikan penggunaan kereta-api, perlu ditingkatkan.

Table 5. Hasil uji validitas dan reliabilitas kepuasan penumpang

Indikator	Loading	R ²	Error Variance	t-value
Saya sangat puas dengan proses pemesanan tiket KA	0.72	0.52	0.48	
Saya sangat puas dengan stasiun keberangkatan	0.77	0.59	0.41	7.74
Saya sangat puas dengan kereta api yang saya tumpangi	0.77	0.59	0.41	6.91
Secara keseluruhan saya puas dengan pelayanan PT KAI	0.85	0.72	0.28	8.06
Tingkat preferensi pada jasa transportasi KA dibandingkan transportasi lain	0.54	0.29	0.71	3.21
Kesediaan merekomendasikan penggunaan KA pada orang lain	0.54	0.29	0.71	3.21
Composite reliability 0.85				

Hasil analisis uji kecocokan model absolut (*goodness of fit index*) variabel kepercayaan pelanggan, nilai chi-kuadrat 7,41, nilai p 0,1155, chi-kuadrat/df 0,185 dan RMSEA 0,063. Dengan demikian model kepercayaan penumpang adalah model yang layak, karena cocok dengan data. Semua indikator kepercayaan penumpang valid karena memenuhi kriteria loading 0,708 dan t-value lebih besar dari 1,65. Kepercayaan pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji, memiliki loading kurang dari 0,708

namun memiliki t-value 3,21 sehingga disimpulkan sebagai indikator yang valid. *Composite reliability* kepercayaan penumpang adalah 0,85 sehingga disimpulkan sebagai variabel yang reliable. 85% keragaman kepercayaan penumpang tercermin pada indikator-indikator-nya. Dengan demikian indikator-indikator tersebut layak dipakai untuk mengukur kepercayaan penumpang kereta-api. Kepercayaan penumpang pada keamanan jasa transportasi dan ketepatan waktu, perlu ditingkatkan.

Table 5. Hasil uji validitas dan reliabilitas kepercayaan penumpang

Indikator	Loading	R ²	Error Variance	t-value
Kepercayaan penumpang				
Percaya pada kemampuan PT KAI menyelenggarakan jasa transportasi yang aman.	0.56	0.31	0.69	-
Percaya pada PT KAI kemampuan menyelenggarakan jasa transportasi yang tepat waktu	0.67	0.45	0.55	5.07
Percaya kemampuan PT KAI mampu menyelenggarakan jasa transportasi yang nyaman	0.86	0.74	0.26	4.91
Percaya pada kemampuan PT KAI mampu memenuhi harapan penumpang	0.92	0.85	0.15	4.94
Percaya pada kemampuan PT KAI mampu memenuhi yang dijanjikannya	0.62	0.38	0.62	4.57
Composite reliability 0,85				

Semua indikator kepercayaan pelanggan valid karena loading factor lebih dari 0,50, dan nilai t > 1,65. Nilai composite reliability sebesar 0,85; disimpulkan bahwa

semua item reliabel. Hal ini juga menunjukkan bahwa item menggambarkan 85% dari kepercayaan pelanggan.

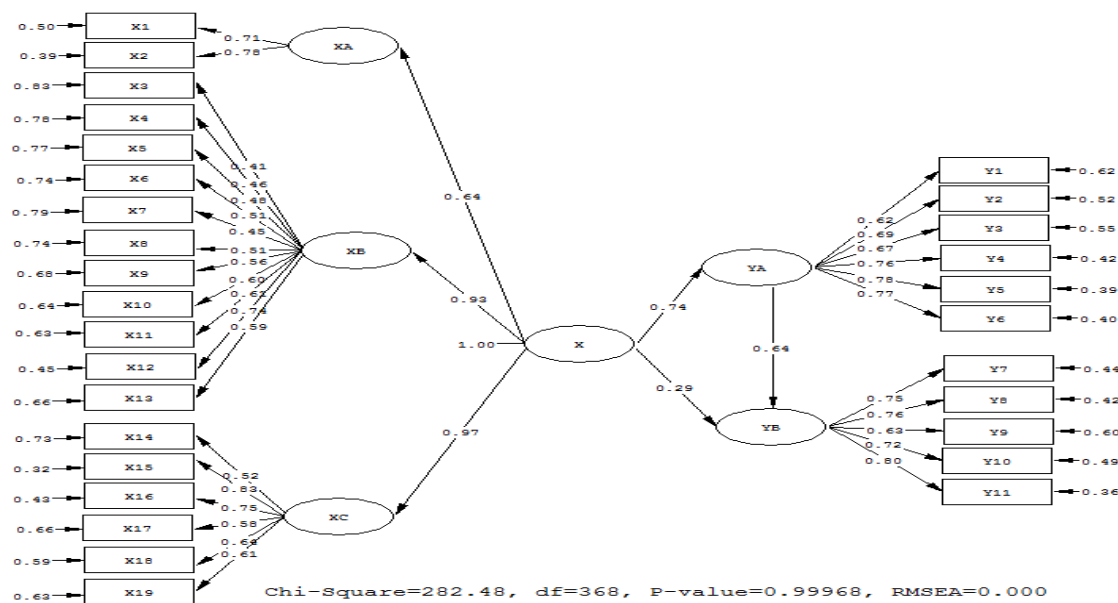


Figure 1. Model Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang dan Kepercayaan Penumpang

Pengaruh langsung kualitas pelayanan PT KAI terhadap kepuasan penumpang sebesar 0,74. Pengaruh kualitas terhadap kepercayaan pelanggan adalah 0,29, dan pengaruh kepuasan penumpang terhadap kepercayaan penumpang adalah 0,64. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan penumpang melalui kepuasan penumpang adalah 0,47, lebih tinggi dari pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Dengan demikian pengaruh antar variabel dapat dirumuskan dalam model matematika berikut ini: Kepuasan penumpang = 0,74 kualitas pelayanan

Kepercayaan penumpang = 0,29 kualitas pelayanan + 0,64 kepuasan penumpang

Berdasarkan persamaan matematis tersebut, kepuasan penumpang 74% ditentukan oleh kualitas pelayanan sehingga PT KAI perlu meningkatkan kualitas pelayanan tiket, kualitas stasiun dan kualitas kereta api. Proses pelayanan tiket dilakukan

oleh PT KAI sendiri dan distributor tiket offline dan online. Keragaman saluran distrusi dapat menjadi solusi kemudahan proses booking. Penumpang dapat memilih agen yang sesuai. PT KAI perlu memperjelas proses ticketing untuk meminimalkan risiko pemesanan tiket, yang dapat mengurangi kepercayaan pelanggan (Suh et al., 2015). PT KAI sebaiknya meningkatkan kualitas KAI Access karena terbukti mempengaruhi kepuasan pengguna KAI Access dan berdampak pada brand KAI Access (Kartono & Wildan Tamami, 2020).

Berdasarkan urutannya faktor-faktor yang memiliki peran penting pada kualitas stasiun adalah pelayanan karyawan, pengaturan toko dan restoran, keamanan stasiun, kebersihan dan kejelasan pengumuman. Faktor-faktor tersebut berada dalam kendali perusahaan sehingga berpotensi untuk ditingkatkan. Akses ke stasiun relatif sulit untuk diperbaiki karena terkait dengan moda transportasi lain yang dikelola oleh pihak lain. Untuk meningkatkan

akses ke stasiun perlu kolaborasi dengan pengelola moda transportasi lain.

Berdasarkan urutannya kualitas kereta api ditentukan oleh kualitas karyawan, kebersihan dan keamanan kereta api, kejelasan pengumuman dan air conditioning. Hal-hal tersebut berada dalam kendali perusahaan sehingga dapat dilakukan perbaikan oleh perusahaan.

Nilai t-hitung pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang sebesar 4,88, sehingga H_0 ditolak dan disimpulkan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Hasil penelitian ini mendukung temuan Ansory & Safira (2018), Wonglakorn et al. (2021), Nazrul et al. (2022). Konsekuensi penelitian ini PT KAI sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan penumpang. Nilai t-hitung pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan penumpang adalah 2,45 sehingga H_0 ditolak dan disimpulkan kualitas pelayanan mempengaruhi kepercayaan penumpang. Hasil ini sejalan

dengan Anggrayni et al. (2020), Setiawan et al., (2020), Kospandani & Wahyudi (2021), dan Wonglakorn et al.(2021). Konsekuensi penelitian ini PT KAI sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepercayaan penumpang.

Nilai t-hitung pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan penumpang adalah 3,55 sehingga H_0 ditolak dan disimpulkan ada pengaruh kepuasan penumpang terhadap kepercayaan penumpang. Temuan ini mendukung Lin et al. (2018), Anggrayni et al. (2020), dan Wonglakorn et al. (2021).

Nilai t-hitung pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan penumpang melalui kepuasan penumpang adalah 3,61. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan pada kepercayaan penumpang, lebih tinggi dibandingkan pengaruh langsung kualitas pelayanan pada kualitas pelayanan. Oleh karena itu sebaiknya PT KAI meningkatkan kepuasan penumpang agar kepercayaan penumpang menjadi lebih tinggi.

Tabel 6. Hasil uji hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Effect	T-value	Kesimpulan*
Kualitas pelayanan → Kepuasan penumpang	0.74	4.88	significant
Kualitas pelayanan → Kepercayaan penumpang	0.29	2.45	significant
Kepuasan penumpang → Kepercayaan penumpang	0.64	3.55	Significant
Kualitas pelayanan → Kepuasan penumpang → Kepercayaan penumpang	$0.74 \times 0.64 = 0.47$	3.61	significant

D. Simpulan

Hasil penelitian empiris membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan penumpang. Kepuasan penumpang mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan, lebih besar dibandingkan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan. Disarankan kepada PT KAI sebagai pengelola perkeretaapian di Indonesia, hendaknya meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui peningkatan kualitas dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan tiket ditentukan oleh kemudahan booking sedangkan kualitas stasiun dan kereta api ditentukan oleh pelayanan karyawan. Untuk meningkatkan kualitas ticketing, saluran distribusi perlu diperluas agar tiket mudah didapat. Untuk meningkatkan kualitas stasiun, diperlukan beberapa perbaikan terutama ketepatan waktu kedatangan dan keberangkatan kereta-api. Untuk meningkatkan kualitas kereta-api, diperlukan beberapa perbaikan terutama air conditioning.

Secara keseluruhan penumpang puas pada kualitas kereta-api, namun preferensi penumpang pada kereta-api masih rendah. PT KAI harus mencari dan mengkomunikasikan kelebihan transportasi kereta-api dibandingkan moda transportasi lain agar tingkat preferensinya meningkat dan penumpang bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Secara keseluruhan penumpang percaya pada PT KAI sebagai penyelenggara moda transportasi kereta-api yang nyaman dan sesuai harapan penumpang, namun jaminan keamanan dan ketepatan waktu perlu ditingkatkan agar kepercayaan penumpang meningkat.

Kontribusi penelitian ini adalah pengukuran kualitas multidimensi

berdasarkan pengalaman penumpang, pengukuran kepuasan penumpang, dan kepercayaan penumpang. Pengukuran tersebut dapat menjadi alternatif dalam mengukur variabel-variabel tersebut. Keterbatasan penelitian ini adalah pengembangan pengukuran kualitas pelayanan hanya didasarkan pada pengalaman penumpang. Saran untuk penelitian selanjutnya, studi kualitas pelayanan sebaiknya menggunakan analisis faktor eksplorasi dan analisis faktor konfirmatori.

E. Daftar Pustaka

- Anggrayni, I., Amalia, A., Setiawan, E. B., & Ozali, I. (2020). Building passenger trust through improvements of service quality (pre-flight, in-flight, and post-flight) and passenger satisfaction (a case study of Citilink Indonesia). *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3, 244–252.
- Ansory, S. M., & Safira, A. (2018). Age segmentation for predicting behavioural intention of using railway services in Indonesia. *Asian Journal of Business and Accounting*, 11(1), 229–264. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol11no1.8>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Borhan, M. N., Ibrahim, A. N. H., & Miskeen, M. A. A. (2019). Extending the theory of planned behaviour to predict the intention to take the new high-speed rail for intercity travel in Libya: Assessment of the influence of novelty seeking, trust and external influence. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*,

- 130(June), 373–384.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.09.058>
- Chan, D. (2018). *Why and How Public Trust Matters* (No. 2915).
- Chin, W. W., Peterson, R. A., & Brown, S. P. (2008). Structural equation modeling in marketing: Some practical reminders. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(4), 287–298.
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679160402>
- de Oña, J. (2021). Understanding the mediator role of satisfaction in public transport: A cross-country analysis. *Transport Policy*, 100(November), 129–149.
<https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.09.011>
- Eboli, L., Forciniti, C., & Mazzulla, G. (2018). Formative and reflective measurement models for analysing transit service quality. *Public Transport*, 10(1), 107–127.
<https://doi.org/10.1007/s12469-017-0168-9>
- Eboli, L., & Mazzulla, G. (2021). Customer Satisfaction as a Measure of Service Quality in Public Transport Planning. *International Encyclopedia of Transportation*, 6, 220–224.
<https://doi.org/10.1016/b978-0-08-102671-7.10643-8>
- Etemad-Sajadi, R., Way, S. A., & Bohrer, L. (2016). Airline Passenger Loyalty: The Distinct Effects of Airline Passenger Perceived Pre-Flight and In-Flight Service Quality. *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(2), 219–225.
<https://doi.org/10.1177/1938965516630622>
- Friman, M., Fujii, S., Ettema, D., Gärling, T., & Olsson, L. E. (2013). Psychometric analysis of the satisfaction with travel scale. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 48, 132–145.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2012.10.012>
- Fu, Y., Eboli, L., Mazzulla, G., & Zhang, Y. (2017). Railway service quality in northern Italy: A multilevel synthetic assessment. *Advances in Mechanical Engineering*, 9(3), 1–12.
<https://doi.org/10.1177/1687814016686317>
- Ha, S. T., Ibrahim, W. H. W., Lo, M. C., & Mah, Y. S. (2019). Factors affecting satisfaction and loyalty in public transport using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(12), 569–575.
<https://doi.org/10.35940/ijitee.L3453.1081219>
- Hadiuzzaman, M., Farazi, N. P., Hossain, S., & Malik, D. M. G. (2019). An exploratory analysis of observed and latent variables affecting intercity train service quality in developing countries. *Transportation*, 46(4), 1447–1466.
<https://doi.org/10.1007/s11116-017-9843-6>
- Hadiuzzaman, M., Malik, D. M. G., Barua, S., Qiu, T. Z., & Kim, A. (2019). Modeling passengers' perceptions of intercity train service quality for regular and special days. *Public Transport*, 11(3), 549–576.
<https://doi.org/10.1007/s12469-019-00213-0>
- Hair, Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. In *Sage*.
- Hawllitschek, F., Stofberg, N., Teubner, T., Tu, P., & Weinhardt, C. (2018). How corporate sharewashing practices

- undermine consumer trust. *Sustainability (Switzerland)*, 10(8).
<https://doi.org/10.3390/su10082638>
- Ibrahim, A. N. H., Borhan, M. N., Yusoff, N. I. M., & Ismail, A. (2020). Rail-based public transport service quality and user satisfaction – a literature review. *Human-Transport Interaction Review*, 32(3), 423–435.
<https://doi.org/10.7307/ptt.v32i3.3270>
- KAI, P. (2019). *C O M P A N Y P R O F I L E*.
- Kartono, R., & Wildan Tamami, A. (2020). The Determinant Factors of KAI Access Awareness in PT. Kereta Api Indonesia from Millennial Generation Perspective. *The Winners*, 21(2), 129–139.
<https://doi.org/10.21512/tw.v21i2.6781>
- Kementerian Perhubungan Direktorat Jendral Perkeretaapian. (2018). *Review Rencana Induk Perkeretaapian Nasional 2018*.
- Khastgir, S., Birrell, S., Dhadyalla, G., & Jennings, P. (2018). Calibrating trust through knowledge: Introducing the concept of informed safety for automation in vehicles. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 96(August 2017), 290–303.
<https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.07.001>
- Knutson, B. J., Beck, J. A., Kim, S., & Cha, J. (2010). Service quality as a component of the hospitality experience: Proposal of a conceptual model and framework for research. *Journal of Foodservice Business Research*, 13(1), 15–23.
<https://doi.org/10.1080/15378021003595889>
- Kospandani, R., & Wahyudi, L. (2021). Public Transportation Trust and Satisfaction During the Covid-19 Pandemic: Study on Electric Train Services in Kai Commuter Region 6 Yogyakarta. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(05), 2021.
www.ijebmr.com
- Li, L., Bai, Y., Song, Z., Chen, A., & Wu, B. (2018). Public transportation competitiveness analysis based on current passenger loyalty. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 113(January), 213–226.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.04.016>
- Lin, L., Osman, Z., & Wang, S. (2018). Indirect Effect on Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Airline Industry. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 134–142.
<https://doi.org/10.31014/aior.1992.01.02.12>
- Miranda, S., Tavares, P., & Queiró, R. (2018). Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector. *Journal of Business Research*, 89(December), 371–377.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.040>
- Muslim, E., Putri, S., & Shabrina, G. (2020). Strategy to increase customer loyalty on Indonesian railway. *AIP Conference Proceedings*, 2227(May).
<https://doi.org/10.1063/5.0000929>
- Nazrul, A., Ibrahim, H., Borhan, M. N., Osman, M. H., Khairuddin, F. H., & Zakaria, N. M. (2022). *An Empirical Study of Passengers' Perceived Satisfaction with Monorail Service Quality: Case of Kuala Lumpur, Malaysia*. 1–17.
- Nazrul, A., Ibrahim, H., Borhan, M. N., Osman, M. H., Razuhanafi, M., Yazid, M., & Rohani, M. (2022). *The Influence*

- of Service Quality on User 's Perceived Satisfaction with Light Rail Transit Service in Klang Valley , Malaysia.*
- Olsson, L. E., Friman, M., Lättman, K., & Fujii, S. (2020). Travel and life satisfaction - From Gen Z to the silent generation. *Journal of Transport and Health*, 18(May). <https://doi.org/10.1016/j.jth.2020.100894>
- Parasuraman, A. ;, Zeithaml, V. A. ;, & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc. *Journal of Retailing; Spring*, 64.
- Parasuraman, Anantharathan, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). Reproduced with permission of the A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research Want more papers like this? *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- PT Kereta Api Indonesia. (2021). *MENGAPA KAI PRIORITAS ANDA*. PT Kereta Api Indonesia.
- Rajavi, K., Kushwaha, T., & Steenkamp, J. B. E. M. (2019). In Brands We Trust? A Multicategory, Multicountry Investigation of Sensitivity of Consumers' Trust in Brands to Marketing-Mix Activities. *Journal of Consumer Research*, 46(4), 651–670. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucz026>
- 'Ranjan,' R. K., Thapar, N., Siddiqui, S. A., & Painoli, A. K. (2020). Assessing the Service Quality Attributes Affecting the Satisfaction of the Northern Railway Passengers: An Empirical Study. *Journal of New Business Ventures*, 1(1–2), 110–124. <https://doi.org/10.1177/2632962x20961052>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *MPR-Online*, 8(2), 23–74.
- Setiawan, E. B., Wati, S., Wardana, A., & Ikhsan, R. B. (2020). Building trust through customer satisfaction in the airline industry in Indonesia: Service quality and price fairness contribution. *Management Science Letters*, 10(5), 1095–1102. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.033>
- Song, Ruan, & Park. (2019). Effects of Service Quality, Corporate Image, and Customer Trust on the Corporate Reputation of Airlines. *Sustainability*, 11(12), 3302. <https://doi.org/10.3390/su11123302>
- Suh, Y. I., Ahn, T., Lee, J. K., & Pedersen, P. M. (2015). Effect of trust and risk on purchase intentions in online secondary ticketing: Sport consumers and ticket reselling. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 37(2), 131–142.
- van der Waerden, P., & van der Waerden, J. (2018). The Relation between Train Access Mode Attributes and Travelers' Transport Mode-Choice Decisions in the Context of Medium- and Long-Distance Trips in the Netherlands. *Transportation Research Record*, 2672(8), 719–730. <https://doi.org/10.1177/0361198118801346>
- van Lierop, D., Badami, M. G., & El-Geneidy, A. M. (2018). What Influences Satisfaction and Loyalty in Public Transport? A Review of the Literature. *Transport Reviews*, 38(1), 52–72.
- Wang, Y., Zhang, Z., Zhu, M., & Wang, H. (2020). The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse

- Intention in Urban Rail Transit in Tianjin, China. *SAGE Open*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019898803>
- Wonglakorn, N., Ratanavaraha, V., Karoonsoontawong, A., & Jomnonkwao, S. (2021). Exploring passenger loyalty and related factors for urban railways in Thailand. *Sustainability (Switzerland)*, 13(10), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su13105517>