

LOYALITAS PENUMPANG KERETA API ARGO PARAHYANGAN

by Agus Triono

Submission date: 09-Oct-2022 01:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 1920360947

File name: 09.10.2022._LOYALITAS_PENUMPANG_KA_ARGO_PARAHYANGAN.docx (290.9K)

Word count: 4489

Character count: 29831

LOYALITAS PENUMPANG KERETA API ARGO PARAHYANGAN

TRAIN PASSENGER LOYALTY ARGO PARAHYANGAN

Agus Triono^{a,1}, Prasana Ricardianto^{a,2*}, Aswanti Setyawati^{a,3}, Susanty Handayani^{a,4}

^{1,2,3,4} Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

¹agustriono.rara@gmail.com, ²ricardianto@gr12.com, ³aswantimurgiyanto@gmail.com, ⁴susantyhandayani

*corresponding e-mail: icardianto@gmail.com

This research aims to measure service quality, timeliness which has an impact on passenger loyalty and passenger satisfaction on the Argo Parahyangan train. Some problems, such as the frequency of use of the Bandung-Jakarta Argo Parahyangan Railway transportation services, have not shown a minimum limit every weekend. There is still a difference between the departure and actual arrival of the Argo Parahyangan train against the schedule that has been set. The arrangement of the generating plan has not been maximized due to limited facilities. Research with a sample of 89 respondents and data analysis method using the method of path analysis. The results of the study that passenger satisfaction is able to function to mediate the indirect effect of service quality on passenger loyalty. Passenger satisfaction is able to function to mediate the indirect effect of punctuality on passenger loyalty. The key finding of this research, is the perception of passengers who feel they have never received other services as comfortable as rail transportation and state that they will not switch to using rail transportation.

Keywords: quality of service, timeliness, passenger satisfaction, passenger loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan, ketepatan waktu yang berdampak pada loyalitas penumpang serta kepuasan penumpang pada KA Argo Parahyangan. Permasalahan antara lain, frekuensi penggunaan jasa angkutan Kereta Api Argo Parahyangan Bandung-Jakarta belum menunjukkan batas minimal dalam setiap akhir pekan. Masih adanya selisih keberangkatan dan kedatangan Aktual kereta api Argo Parahyangan terhadap jadwal yang telah ditetapkan. Pengaturan rencana operasinya belum maksimal karena terbatasnya sarana. Penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 89 responden dan metode analisis data menggunakan metode path analysis. Hasil dari penelitian bahwa kepuasan Penumpang mampu berfungsi memediasi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang. Kepuasan penumpang mampu berfungsi memediasi pengaruh tidak langsung ketepatan waktu terhadap loyalitas penumpang. Temuan kunci penelitian ini, dari persepsi penumpang yang merasakan tidak pernah mendapatkan layanan lain senyaman angkutan kereta api dan menyatakan tidak akan beralih menggunakan angkutan Kereta Api.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepuasan penumpang, loyalitas penumpang

Abstract

The main purpose of this study is to measure service quality, timeliness which has an impact on passenger loyalty and passenger satisfaction on the Argo Parahyangan train. So that efforts are needed to improve service quality and timeliness. The study was conducted on passengers of the Argo Parahyangan Train, with a total sample of 89 respondents. Data were collected through the instrument on a question sheet with a Likert scale model that had been tested. The data analysis method used in this study used the path analysis method or path analysis. The results of the first study, concluded that service quality has a positive and significant influence on passenger satisfaction. Punctuality has a positive and significant effect on passenger satisfaction. Service quality and timeliness on passenger satisfaction have an impact on increasing passenger loyalty, so that passenger satisfaction as an intervening variable is proven to function to strengthen the effect of service quality and timeliness on passenger loyalty.

Keywords: *quality of service, timeliness, passenger satisfaction, passenger loyalty*

A. Pendahuluan

PT. PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa angkutan kereta api di Indonesia. BUMN tersebut melayani berbagai rute di sebagian wilayah di Indonesia. Salah satunya yaitu rute Gambir-Bandung yang dilayani oleh kereta kelas eksekutif Argo Parahyangan. Dalam kegiatan operasionalnya, kereta api tersebut bersaing dengan penyedia jasa transportasi lainnya, seperti bus ataupun jasa *travel agent*. Oleh karena itu, PT. KAI perlu senantiasa berupaya untuk memuaskan penumpangnya agar dapat bersaing dengan penyedia jasa transportasi lainnya tersebut, sehingga penumpang yang bersangkutan tertarik untuk kembali menggunakan jasanya di masa mendatang.

Ada pula beberapa pelayanan yang didapat dari KA Argo Parahyangan yakni, KA tersebut sediakan layanan kelas Eksekutif dan kelas bisnis. jumlah perjalanan KA Argo Parahyangan sebanyak tujuh kali di hari biasa serta delapan kali pada akhir minggu serta libur. rute Jakarta-Bandung berjarak sekitar 173 kilometer melintasi alam pegunungan Priangan Bagian Barat waktu tempuh kereta ini didapat waktu sekitar tiga jam 15 menit, pengoperasian KA Argo Parahyangan ini diharapkan mampu mengatasi masalah transportasi kedua kota ini, dengan memperlancar arus angkutan Jakarta- Bandung pergi pulang, KA Argo Parahyangan ini memiliki titik perhentian Stasiun Gambir, Stasiun Bekasi, Stasiun Cimahi, dan Stasiun Bandung.

Kereta Api Argo Parahyangan lintas pelayanan Jakarta-Bandung bisa menampung jumlah penumpang sekitar 5.500 penumpang dalam satu hari perjalanan dari Stasiun Gambir-Stasiun Bandung. Kereta Api Argo Parahyangan termaksud Kereta Eksekutif yang termaksud kereta unggulan yang menghasilkan persaingan terhadap produksi serta jasa dalam negeri khususnya. Melalui tugas pokok ini serta fungsi pergerakan arus penumpang serta barang di atas jalur rel, sehingga KA di harapkan turut berfungsi

dalam mendukung perkembangan ekonomi nasional.

Volume penumpang KA Argo Parahyangan Bandung-Jakarta, sejak awal tahun 2015 hingga akhir tahun 2019, peningkatan penumpang kereta api terus bertambah setiap tahunnya. Peningkatan tersebut cukup signifikan sebelum terjadi pandemi Covid-19, yang mengharuskan warga agar melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Peningkatan jumlah penumpang tersebut harus dipandang sebagai suatu analisis terhadap kebijakan PT. KAI pada peningkatan pelayanan terhadap konsumen. Penurunan pencapaian target pada tahun 2020 tersebut diakibatkan adanya perjalanan KA tidak beroperasi selama masa PPKM Darurat. Kebijakan tersebut dilaksanakan untuk memberi dukungan penuh dalam menangani Covid-19 yang sedang dilakukan pemerintah.

Beberapa permasalahan yang terkait dengan kualitas pelayanan serta ketepatan waktu yang mempengaruhi kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang, yaitu; (1) Persaingan yang terdapat pada moda transportasi jalan raya yang sangat bersaing, (2) Penumpang belum menampilkan frekuensi pemakaian jasa angkutan KA Argo Parahyangan Bandung-Jakarta yang teratur minimum dalam tiap akhir minggu, (3) Bagaimana kenyamanan fasilitas yang telah ditetapkan, dan (4) Selisih keberangkatan dan kedatangan Aktual kereta api Argo Parahyangan terhadap jadwal yang telah ditetapkan.

Dalam rangka untuk peningkatan kepuasan kepada penumpang, PT. KAI dapat menggunakan berbagai faktor yang signifikan terhadap kepuasan penumpang dan loyalitas penumpang. Salah satunya adalah ketepatan waktu. Alasan ini berdasarkan hasil penelitian (Apriyadi, 2017), membuktikan kalau tepat waktu, fasilitas sarana, tarif tiket secara simultan serta parsial mempengaruhi kepuasan penumpang. Pada kajian mengenai perkeretaapian, (Kumuthadevi, 2013) menjelaskan bahwa faktor utama sebagai penentu kepuasan penumpang pada jasa

angkutan keretaapi sebagai fasilitas dasar yaitu, keselamatan dan keamanan, ketepatan waktu, perilaku terhadap penumpang.

Penelitian (Primayandi & Gunawan, 2022) di stasiun Bandung, menunjukkan bahwa penumpang memiliki persepsi positif terhadap kualitas layanan kereta api jarak jauh. Kualitas pelayanan merupakan layanan yang dipandang konsumen dengan mutu layanan yang diinginkan penumpang (Parasuraman, 2009, 2010). Bila jasa atau produk yang di dapat ataupun dialami cocok sesuai diinginkan sehingga mutu kualitas layanan makin bagus serta memuaskan, tetapi bila jasa atau produk yang didapat melebihi keinginan konsumen, hingga kualitas pelayanan dianggap sangat baik serta bermutu. Sebaliknya, maka jasa atau produk yang didapat lebih rendah dari yang inginkan, maka mutu pelayanan dianggap kurang baik. Menurut (Kotler & Keller, 2016; Lovelock & Wright, 2010; Parasuraman, 2009) terdapat lima dimensi utama pada kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* serta *tangibles*.

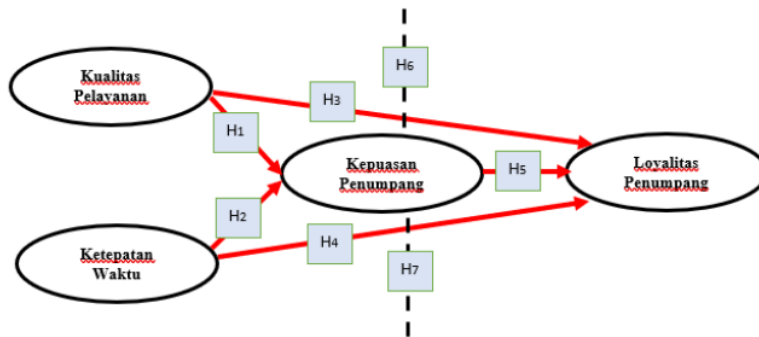
Beberapa faktor seperti ketepatan waktu, kedatangan atau keberangkatan sangat berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat menggunakan transportasi kereta api (Hastuti et al., 2020). Peningkatan ketepatan waktu menurut (Adika & Osly, 2018) sangat berkaitan dengan banyaknya penambahan minat pengguna layanan kereta api. Menurut (Ruswinda et al., 2019) ketepatan waktu sebagai penafsiran jika layanan transportasi KA dilaksanakan dengan baik, tepat jadwal berangkat, sehingga penumpang bisa menyusun perjalanan dengan yakin. Kondisi tersebut bisa dinilai antara lain dengan banyaknya waktu berangkat serta waktu datang yang sesuai waktu terhadap jumlah fasilitas sarana disaat berangkat serta datang. Ketepatan

waktu dipakai selaku penilaian penumpang untuk memilih sarana transportasi, sebab selaku tujuan utama pada bidang perkeretaapian (Khairunnisa & Mursito, 2021). Keahlian perusahaan untuk memberi layanan transportasi tepat waktu sampai pda stasiun tujuan. Berdasarkan pada jadual yang ditentukan, adalah indikator untuk ketepatan waktu. Maka dari itu, ketepatan waktu merupakan penerapan kontrak untuk waktu yang ditentukan para pihak yang berbeda.

Berdasarkan pendapat, (Kotler & Keller, 2016; Zeithaml et al., 2013), kepuasan pelanggan merupakan respon dari apa yang di ekspektasikan oleh pelanggan berdasarkan spesifikasi produk. Pendapat lainnya, (Lovelock & Wirtz, 2011; Yulisetiari et al., 2019), bahwa kepuasan merupakan suatu sikap seseorang berdasarkan banyak pengalamannya selama ini. Sebaliknya menurut (Marina et al., 2018), kepuasan pelanggan merupakan rasa senang ataupun kecewa seseorang setelah menyamakan antara kinerja produk atau jasa ataupun kenyataan yang dialami dengan yang diinginkan.

Menurut (Hasan, 2008; Lovelock & Wirtz, 2011) bahwa penumpang yang loyal mempunyai ciri melaksanakan pembelian ulang secara terus menerus, pembelian antar lini produk atau jasa, menyarankan kepada orang, menandakan kebal terhadap tarikan dari pesaing. Menurut (Pratiwi et al., 2019) mengatakan terdapat empat ciri pelanggan yang setia, ialah (1) Melaksanakan membeli dengan tertib (*Makes regular repeat purchases*), (2) melakukan pembelian diluar lini produk (*Purchases across product and services lines*), (3) Mereferensikan produk atau jasa lain (*Refers other*), serta (4) Menampilkan imunitas dari energi daya tarik produksi yang sama dari pesaing lainnya (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang

H2: Ketepatan waktu pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas penumpang

H4: Ketepatan waktu pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang

H5: Kepuasan penumpang berpengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang

H6: Kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas penumpang pada melalui kepuasan penumpang

H7: Ketepatan waktu berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang.

12

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan menggunakan pemodelan *Path Analysis*, diawali dengan pengujian uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Populasi target penelitian ini penumpang untuk sekali perjalanan dari Stasiun Gambir-Stasiun Bandung yang berjumlah 786 orang dan responden dari 89 penumpang. Setelah pengumpulan data kuesioner selesai, skor bobot skala Likert digunakan untuk mengubah data menjadi data kuantitatif.

1

C. Hasil dan Pembahasan

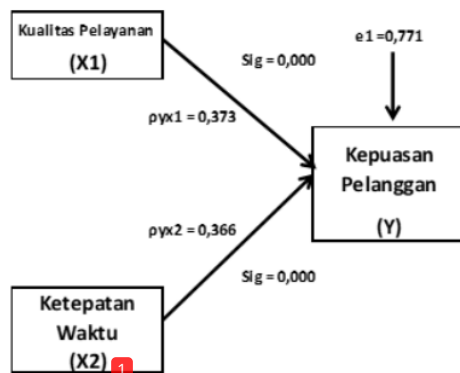
1. Pengujian Sub Struktur 1

Uji F

Berdasarkan hasil pengujian, kualitas pelayanan (X1) serta ketepatan waktu (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penumpang (Y). Jika, uji secara simultan ataupun uji F didapati nilai signifikan sebesar 0,000, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka koefisien analisis jalurnya signifikan. Oleh karena itu hingga kualitas pelayanan serta ketepatan waktu berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan penumpang.

Uji t

Berdasarkan hasil pengujian, kualitas pelayanan (X₁) memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang (Y) menunjukkan hasil secara parsial dengan uji t didapati dengan nilai Signifikan $0,000 < 0,05$, hingga koefisien analisis jalurnya signifikan. Ketepatan waktu (X₂) memiliki pengaruh pada kepuasan penumpang (Y). Membuktikan uji secara individual ataupun parsial dengan uji t didapati nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka koefisiensi analisis jalurnya signifikan.



Gambar 2 Sub Struktur 1

2. Pengujian Sub Struktur 2

Uji F

Berdasarkan hasil pengujian, kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu (X2) serta kepuasan penumpang (Y) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas penumpang (Z). Jika uji secara simultan ataupun uji F didapati nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka koefisiensi analisis jalurnya signifikan. Maka, kualitas pelayanan, ketepatan waktu serta kepuasan penumpang berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas penumpang.

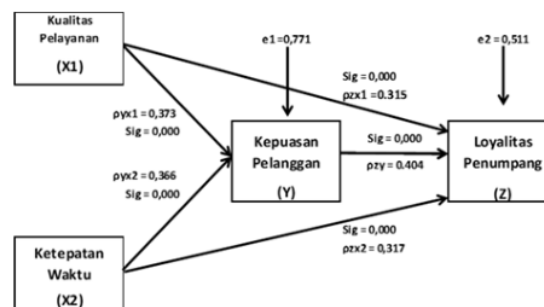
Uji t

Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas penumpang (Z). Membuktikan uji secara individu ataupun parsial dengan uji t didapati nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka koefisiensi analisa jalurnya signifikan. Dengan demikian maka kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif serta signifikan pada loyalitas penumpang. adapun besar pengaruh langsungnya kualitas pelayanan pada loyalitas penumpang yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,315 atau sebesar 31,5 persen.

Ketepatan waktu (X2) berpengaruh terhadap loyalitas penumpang (Z). Membuktikan uji secara parsial dengan uji t didapati nilai signifikan $0,000 < 0,05$, hingga koefisiensi analisis jalurnya signifikan. maka ketepatan waktu berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas

penumpang. adapun besar pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas penumpang yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,317 atau 31,7 persen.

Kepuasan penumpang (Y) berpengaruh terhadap loyalitas penumpang (Z). Berdasarkan pada uji dengan cara parsial dengan uji t didapati nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka koefisiensi analisis jalur ialah signifikan. Berdasarkan hal tersebut maka kepuasan penumpang mempunyai pengaruh positif serta signifikan kepada loyalitas penumpang. Adapun besar pengaruh kepuasan penumpang pada loyalitas penumpang yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,404 atau 40,4 persen.



Gambar 3 Sub Struktur 2

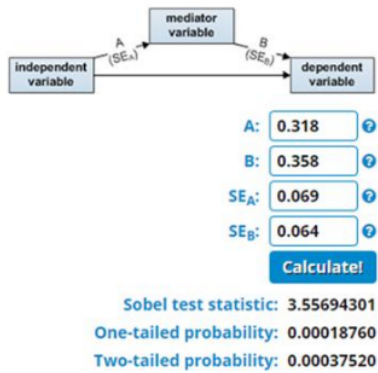
Dengan demikian dari pengujian hipotesis 2 sub struktur (Gambar 3) dapat disimpulkan dalam Tabel pengaruh langsung sebagai berikut (Tabel 5).

Tabel 5 Pengaruh Langsung

Pengaruh	Terhadap	Signifikansi	Besar Pengaruh
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	0,000	0,373 = 37,3%
Ketepatan Waktu	Kepuasan Pelanggan	0,000	0,366 = 36,6%
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Penumpang	0,000	0,315 = 31,5%
Ketepatan Waktu	Loyalitas Penumpang	0,000	0,317 = 31,7%
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Penumpang	0,000	0,404 = 40,4%

Seluruh variabel eksogen berpengaruh langsung positif serta signifikan kepada variabel endogen dengan nilai signifikansi seluruhnya lebih sedikit dari pada 0,05.

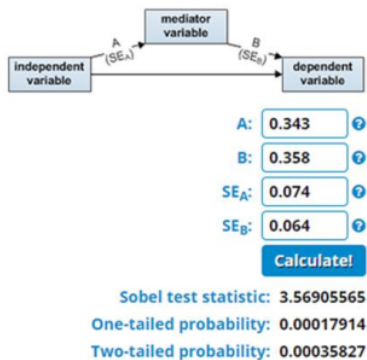
3. Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang



Gambar 4 Uji Sobel Test Model 1

Berdasar pada Uji Sobel Test Model 1 (Gambar 4), yang menghasilkan nilai *one-tailed probability* sebesar 0,00018760 < 0,05, sehingga bisa di ambil kesimpulan variabel kepuasan penumpang bisa berfungsi sebagai mediator atau mampu memediasi pengaruh dengan cara tidak langsung kualitas pelayanan kepada loyalitas penumpang.

4. Uji Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang



Gambar 5. Uji Sobel Test Model 2

Berdasarkan Uji Sobel Test Model 2 (Gambar 5) yang menunjukkan hasil *one-tailed probability* dengan jumlah 0,00017914 < 0,10, sehingga didapat kesimpulan variabel kepuasan penumpang dapat berfungsi sebagai mediator atau mampu memediasi pengaruh tidak langsung ketepatan waktu terhadap loyalitas penumpang.

1 Hasil Uji Hipotesis

H1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Langsung Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil perhitungan, didapat, koefisiensi jalur variabel mutu pelayanan kepada variabel kepuasan penumpang merupakan sebesar 0,373 ataupun dengan jumlah 37,3 % dengan signifikannya 0,000. Hal ini merupakan makin bagus kualitas pelayanan maka kepuasan penumpang akan terus meningkat. Maka, kepuasan penumpang yang didapat menjadi semakin meningkat.

H2. Ketepatan Waktu Terdapat Berpengaruh Langsung Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil perhitungan, didapat koefisiensi jalur variabel ketepatan waktu terhadap variabel kepuasan penumpang merupakan sebesar 0,366 ataupun sebesar 36,6 % dengan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukan kalau terus menjadi baik ketepatan waktu hingga kepuasan penumpang akan terus meningkat. Maka, kepuasan penumpang yang didapat terus menjadi bertambah.

H3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Langsung Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Penumpang

Hasil perhitungan, didapat koefisiensi jalur variabel Kualitas Pelayanan pada variabel Loyalitas Penumpang yaitu sebesar 0,315 ataupun sebesar 31,5 % dengan nilai signifikan 0,000. Ini menunjukkan dengan semakin lebih bagus kualitas pelayanan hingga loyalitas penumpang maka terus lebih bagus juga. Maka, loyalitas penumpang terus menjadi meningkat.

H4. Ketepatan Waktu Berpengaruh Langsung Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Penumpang

Hasil perhitungan, didapat koefisiensi jalur variabel ketepatan waktu terhadap variabel loyalitas penumpang yaitu sebesar 0,317 ataupun sebesar 31,7 % dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Ini menjelaskan bahwa dengan bertambah bagus ketepatan waktu maka loyalitas penumpang akan bertambah baik. Maka, loyalitas penumpang akan terus semakin meningkat.

H5. Kepuasan Penumpang Berpengaruh Langsung Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Penumpang

Hasil perhitungan, didapat koefisiensi jalur variabel kepuasan penumpang kepada variabel loyalitas penumpang yaitu sebesar 0,404 ataupun sebesar 40,4% dengan nilai signifikansinya 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa dengan makin baik kepuasan penumpang sehingga loyalitas penumpang akan bertambah baik.

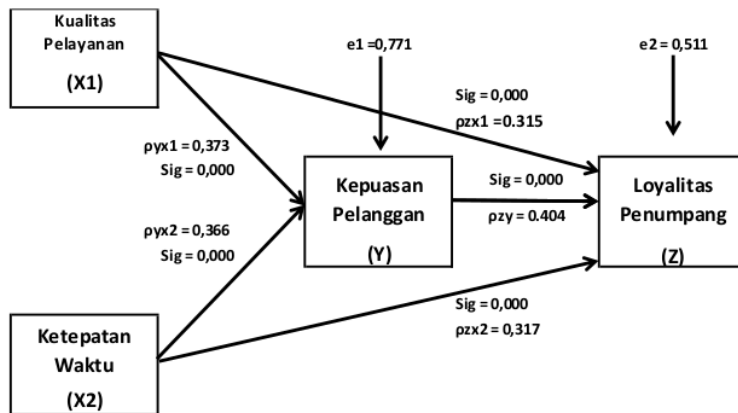
Maka, loyalitas penumpang akan terwujud dengan baik.

Pengujian Kesesuaian Model (*Goodness of fit test*)

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai R^2_m sebesar 0,7007 maksudnya keragaman data yang dapat diartikan oleh model tersebut ialah sebesar 70,07 persen, sedangkan selebihnya 29,93% disebabkan dengan variabel lainnya diluar model. Dengan demikian jenis penelitian mempunyai kemampuan memprediksi yang baik dari sifat perilaku variabel dependen yang dicirikan oleh tingginya koefisien determinasi di atas 50 persen.

Hasil Uji Hipotesis Analisis Jalur

Hasil analisis jalur dapat dijelaskan secara keseluruhan yang menerangkan pengaruh kualitas pelayanan serta ketepatan waktu kepada kepuasan penumpang dan implikasinya pada loyalitas penumpang (Gambar 6).



Gambar 6. Diagram Hasil Analisis Jalur

6. Pembahasan

H1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil analisis, didapat koefisiensi jalur variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan penumpang yaitu sebesar 0,373 ataupun sebesar 37,3 % dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan

dengan semakin terus kualitas pelayanan yang meningkat maka kepuasan penumpang juga menjadi semakin meningkat, maka kepuasan penumpang yang didapat semakin meningkat. Penelitian ini sejalan dengan kajian (Hamidah et al., 2021; Oktaviasari & Rachma, 2018) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh

positif serta signifikan kepada kepuasan penumpang. Berdasarkan pernyataan tersebut, dengan makin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang, maka menjadi baik juga tingkatan kepuasan penumpang tersebut. Sebaliknya, makin rendah mutu pelayanan yang disampaikan kepada penumpang, maka menjadi rendah pula tingkatan kepuasan penumpang tersebut.

Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan penumpang.

H2. Ketepatan Waktu dan Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil analisis, didapat koefisiensi jalur variabel ketepatan waktu kepada variabel kepuasan penumpang yaitu sebesar 0,366 ataupun sebesar 36,6 % dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan dengan makin baik ketepatan waktu maka kepuasan penumpang menjadi semakin meningkat. sehingga kepuasan penumpang yang diperoleh semakin meningkat.

Berdasarkan hasil perhitungan, penelitian ini mendukung kajian (Khairunnisa & Mursito, 2021) mengenai ketepatan waktu yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan kajian (Apriyadi, 2017), yang membuktikan jika tepat waktu, fasilitas sarana berserta tarif tiket yang secara simultan serta parsial mempengaruhi kepuasan penumpang.

Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan penumpang.

H3. Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Penumpang

Berdasarkan hasil analisis, didapat koefisiensi jalur variabel pada kualitas pelayanan kepada variabel loyalitas penumpang yaitu dengan jumlah 0,315 ataupun sebesar 31,5% dan nilai signifikansi 0,000. Ini menggambarkan bahwa dengan baiknya kualitas pelayanan sehingga loyalitas penumpang akan bertambah baik

juga, sehingga loyalitas penumpang semakin meningkat.

Penelitian mengenai peningkatan kualitas layanan ini sejalan dengan kajian (Silaningsih, E. & Maelani, 2018), bahwa meningkatnya kualitas maka juga akan meningkatkan loyalitas penumpang kereta api. Penelitian ini sejalan dengan kajian (Hamidah et al., 2021; Syahzan et al., 2022; Zahara & Anggaraini, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Meskipun ada penelitian lain yang menyatakan, kualitas pelayanan tidak berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang pada KRL Jakarta Kota- Bogor (Rosati, 2020).

Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas penumpang.

H4. Ketepatan Waktu dan Loyalitas Penumpang

Berdasarkan hasil analisis, didapat koefisiensi jalur variabel ketepatan waktu kepada variabel loyalitas Penumpang ialah dengan nilai 0,317 ataupun sebesar 31,7 % dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan dengan makin baiknya ketepatan waktu sehingga loyalitas penumpang akan semakin baik. sehingga loyalitas penumpang akan bertambah semakin meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan kajian (Puspitasari et al., 2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas penumpang. Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas penumpang.

H5. Kepuasan Penumpang dan Loyalitas Penumpang

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koefisiensi jalur variabel kepuasan penumpang kepada variabel loyalitas penumpang sebesar 0,404 ataupun sebesar 40,4 persen dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan dengan bertambah baik

kepuasan penumpang maka loyalitas penumpang akan semakin baik. Maka, loyalitas penumpang dapat tercapai dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian (Yanto, 2019) yang menjelaskan bahwa melalui peningkatan kepuasan penumpang Kereta Api Sawunggalih secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas penumpangnya. Penelitian ini juga mendukung kajian beberapa penelitian (Hamidah et al., 2021; Maulana et al., 2016; Rossanti, 2020; Suwondo & Farrj¹, 2017) yang menjelaskan kalau **kepuasan penumpang mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas penumpang**. Kondisi **ini** sampai terus sehingga penumpang puas terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkannya, sampai terus menjadi tinggi niat penumpang tersebut agar membeli kembali jasa tersebut. Sebaliknya, bila menjadi kurang puas penumpang kepada suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada penumpang, sehingga terus menjadi kurang niat penumpang tersebut agar membeli kembali jasa yang dimaksud.

Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh positif dan signifikan kepada loyalitas penumpang.

H6. Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Penumpang dimediasi oleh Kepuasan Penumpang

Ini berarti bahwa kepuasan penumpang yang sesuai atas k¹ualitas pelayanan yang diterapkan mampu **meningkatkan loyalitas penumpang, sehingga kepuasan penumpang sebagai variabel intervening terbukti berfungsi memperkuat pengaruh** pada kualitas pelayanan kepada loyalitas penumpang. Penelitian ini sejalan dengan kajian (Apriyadi, 2017), yang membuktikan jika tepat waktu, fasilitas sarana berserta tarif tiket^{ing} secara simultan serta parsial **3** mempengaruhi kepuasan penumpang. Maka, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan penumpang.

H7. Ketepatan Waktu dan Loyalitas Penumpang dimediasi oleh Kepuasan Penumpang

Ini menyatakan bahwa kepuasan penumpang yang sesuai atas ketepatan waktu yang diterapkan KA Argo Parahyangan mampu **meningkatkan loyalitas penumpang, sehingga kepuasan penumpang sebagai variabel intervening terbukti berfungsi memperkuat pengaruh** ketepatan waktu kepada loyalitas penumpang.

Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan penelitian terdahulu yang dikerjakan (Oktaviasari & Rachma, 2018) terkait kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepuasan penumpang hendaknya PT. KAI (Persero) supaya bisa tingkatan kualitas serta fasilitas kepada penumpang disabilitas menambahkan ketersediaan ruang untuk menunggu, memperbanyak tempat sampah agar lebih banyak. Tarif yang berlaku agar bersaing serta sudah sama dengan adanya fasilitas yang didapati penumpang KA yang menjadi acuan pertimbangan dibandingkan dengan transportasi yang lain. Merencanakan dan menyusun jadwal KA didalam grafik perjalanan KA sehingga perjalanan KA berikutnya dapat menjadi lebih sesuai waktu serta jadwal keberangkatan KA ataupun waktu kedatangan KA. Menurut (Widodo et al., 2015), PT KAI wajib mengendalikan dan menyusun Grafik Perjalanan Kereta Api dengan sebaiknya supaya operasi KA tidak berantakan kemudian berdampak pada waktu kedatangan di stasiun akhir mengalami keterlambatan.

Menurut penelitian (Normasari, 2013) dimana kualitas bisa dipertahankan serta lebih ditingkatkan kualitas pelayanan yang telah ada, dan pada tujuannya akan tercipta loyalitas penumpang. (Irawan & Japarianto, 2013) menerangkan kalau kualitas produk mempunyai pengaruh kepada loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh yang sedikit bila disandingkan pengaruh kualitas jasa kepada kepuasan pelanggan. Berarti kualitas jasa mempengaruhi puas ataupun tidak puasnya pelanggan sehingga berakibat dengan loyalitas pelanggan.

E. Simpulan

Kepuasan Penumpang mampu berfungsi memediasi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang. Kepuasan penumpang mampu berfungsi memediasi pengaruh tidak langsung ketepatan waktu terhadap loyalitas penumpang. Persepsi penumpang yang merasakan pelayanan yang sama rata tidak memandang status dan pengguna kereta api mendapat jaminan keselamatan dan rasa aman didalam kereta selama perjalanan sampai di tujuan.

Tanggung jawab operator dan ketepatan waktu kedatangan di stasiun tujuan, belum terlalu optimal. Melalui persepsi penumpang bahwa kebersihan toilet yang masih belum diperhatikan dalam kereta api. Dari segi kepuasan penumpang, kemudahan untuk mendapatkan tiket Argo Parahyangan karena jumlah armada kereta sangat terjangkau. Kepuasan terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan dialami selama dalam perjalanan. Persepsi penumpang dari segi loyalitas, penumpang akan merekomendasikan transportasi kereta api kepada rekan lain dan jika ada moda yang lebih murah akan tetap menggunakan moda angkutan kereta api Argo Parahyangan.

F. Daftar Pustaka

Adika, W., & Osly, P. J. (2018). Analisis Kinerja Operasional Kereta Api Jurusan Jakarta-Purwakarta (Studi Kasus Kereta Api Walahar Ekspres dan Cimalaya Ekspres). *Indonesian Journal of Construction Engineering and Sustainable Development*, 1(1), 36–44.

Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99), 71–83.

Banu, I. P. (2018). Determinants of Passenger Satisfaction on Service Quality in Southern Railways with Reference to Salem Division. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, 5(1), 389.

Griffin, J. (2013). *Customer loyalty: Cultivate and maintain customer loyalty*. Jakarta: Erlangga.

Hamidah, N. K., Purwoko, P., & Adhilla, F. (2021). Kepuasan Konsumen Memediasi Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan” Kereta Api Argo Lawu Jurusan Yogyakarta-Gambir. *YUME: Journal of Management*, 4(3).

Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Alfabeta: Bandung.

Hastuti, U. J., Hidayat, M., & Firdaus, M. I. (2020). Ketepatan Waktu dan Okupansi Terhadap Kinerja Kereta Api Joglosemarkerto. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, 6(2), 117–114.

Irawan, D., & Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.

Khairunnisa, L., & Mursito, B. (2021). Kepuasan pelanggan ditinjau dari kenyamanan, keamanan dan ketepatan waktu. *FORUM EKONOMI (Vol. 23, No. 2, Pp. 194-198)*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 th Eds.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall International.

Kumuthadevi, K. (2013). Service Quality of South Indian Railway- Determinants of Passenger Satisfaction in Trains. *International Journal of Business and Management*, 2(2).

Li, X., Ma, B., & Zhou, C. (2017). Effects of customer loyalty on customer entitlement and voiced complaints. *The Service Industries Journal*, 37(13–14), 858–874. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1360290>

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology and Strategy* (7th Eds.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Lovelock, C., & Wright, L. K. (2010).

- Marketing Management Services*. PT. Indeks, Indonesia.
- Marina, S., Maulana, D. R., & Ozali, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Angkasa Pura I Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Internasional Lombok, Praya. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 5(1), 87–92.
- Maulana, M. I., Suryoko, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 350–356.
- Normasari, S. (2013). Influence of Service Quality on Customer Satisfaction, Company Image and Customer Loyalty Survey of Customers Who Stay at Hotel Pelangi Malang. *Journal of Business Administration*, 6(2).
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(5), 1–10.
- ¹ Parasuraman, A. (2009). *Service Quality : A Conceptual Framework for Understanding e-implication for Future Research and Managerial Practice*. New York: Msi Monograph.
- Parasuraman, A. (2010). Service productivity, quality and innovation. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2(3), 277–286.
- Pratiwi, S. W., Kosasih, C. K., & Alfaridi, N. (2019). Pengaruh Integrated Marketing dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, 5(2), 207–212.
- Primayandi, A. M., & Gunawan, A. I. (2022). Analisis Persepsi Penumpang Kereta Api Jarak Jauh Terhadap Keamanan dan Kualitas Layanan di Stasiun Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, (Vol. 13, No. 01, pp. 1040–1044).
- Puspitasari, M., Rachma, N., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, Kota Bima). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(8).
- Rossanti, E. D. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. KAI Commuter Jabodetabek (KCJ)(Studi Kasus pada Penumpang KRL Jakarta Kota-Bogor). *Journal of Economics and Business UBS*, 9(2), 115–124.
- Ruswinda, E., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi Ac Penataran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Kota Baru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(07).
- Silaningsih, E., & Maelani, S. (2018). Peningkatan Loyalitas Penumpang Melalui Standar Pelayanan Minimum Pada Kereta Api Pangrango Jalur Bogor-Sukabumi. *Jurnal Visionida*, 4(2), 38–53.
- Suwondo, A., & Farrjan, F. I. (2017). Analisis Pengaruh E-Kepuasan Pelanggan terhadap E-Loyalitas Pelanggan KAI Access Berdasarkan E-Servqual pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang. *Sentrinov*, 3, 338–360.
- Syahzan, G. R., Kresnamurti, A., & Saidani, B. (2022). Investigasi Loyalitas Pelanggan Kereta Api Bandara di Medan:(Studi Kasus Pada Pengguna Layanan KA Bandara di Medan). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 3(1), 215–227.
- Widodo, S. A., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi

- Empiris pada KA Blora Jaya Ekspres 2 di Daop 4 Semarang). *Journal of Management*, 1(1), 1–11.
- Yanto, A. F. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta Api Di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Ekonomi Teknik Informatika*, 1(2), 71–85.
- Yulisetiarini, D., Indraningrat, K., & Hijriah, H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Penumpang Kereta Api. *UNEJ E-Proceeding*., 288–299.
- Zahara, N., & Anggaraini, M. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Matua Jurnal*, 3(4), 786–801.
- ¹ Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill International Edition.

LOYALITAS PENUMPANG KERETA API ARGO PARAHYANGAN

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

123dok.com

Internet Source

11%

2

ojs3.unpatti.ac.id

Internet Source

1%

3

repository.stei.ac.id

Internet Source

1%

4

adoc.pub

Internet Source

1%

5

journal.itltrisakti.ac.id

Internet Source

1%

6

Submitted to Konsorsium PTS Indonesia -
Small Campus II

Student Paper

1%

7

jurnal.uts.ac.id

Internet Source

1%

8

Submitted to Udayana University

Student Paper

1%

9

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

1%

10

jimfeb.ub.ac.id

Internet Source

1 %

11

Eka Puspita Sari, Miswanto Miswanto.
"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA
TRANSPORTASI UMUM TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN BUS TRANS JOGJA SEBAGAI
PEMEDIASI", CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan
Manajemen, 2022

Publication

<1 %

12

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 20 words

Exclude bibliography On