

Pengaruh Kualitas Layanan Bus Transjakarta Terhadap Kepuasan Konsumen

Jeremiah, Jessica Dasaria, Mahendra Kresna Putra, Michael Seninha, Vivi Vyolina

School of Business and Economics Universitas Prasetiya Mulya
 JL. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat Jakarta Selatan, Jakarta 12430 Indonesia.

*. Corresponding Author: jeremiahsormin@gmail.com

Abstract	ARTICLE INFO
<p><i>Service quality is one of the most important factor that influences customer satisfaction level, likewise customer satisfaction will greatly influence repurchase intention level. This statement is hold true in case of public transportation service, including Transjakarta. This research measures service quality perceived by Transjakarta commuters and its correlation with customer satisfaction level and its corresponding correlation with repurchase intention level. The outcomes show that 3 factors: comfort, reliability, and employee performance significantly correlated with customer satisfaction level that also significantly correlated with repurchase intention level. This three factors should become the focus of improvement in order to maximize Transjakarta 's role.</i></p>	<p>Keywords: Transjakarta , service quality, SERVQUAL, customer satisfaction</p>
<p>Abstrak</p> <p>Kualitas layanan merupakan salah satu faktor paling penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen sendiri akan mempengaruhi tingkat konsumsi lanjutan dari konsumen. Pernyataan ini juga berlaku untuk layanan transportasi publik, termasuk Transjakarta . Penelitian ini akan mengukur kua litas layanan bus Transjakarta yang dirasakan oleh konsumen dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen, serta pengaruh tingkat kepuasan tersebut terhadap tingkat penggunaan lanjutannya. Hasil penelitian menunjukan tigafaktor, yaitu kenyamanan, reliabilitas, dan performa karyawan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang juga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penggunaan lanjutan. Ketiga faktor tersebut dapat menjadi fokus utama dalam upaya memaksimalkan peran bus Transjakarta .</p>	<p>Kata kunci: Transjakarta , kualitas layanan, SERVQUAL, kepuasan konsumen</p>

Pendahuluan

Transportasi publik selalu memegang peranan penting dalam pertumbuhan sosial dan ekonomi suatu negara yang mana mobilitas kerap kali terhambat akibat kurang memadainya layanan transportasi yang ada. Di Indonesia, khususnya di Jakarta, tingkat penggunaan transportasi umum baru mencapai 15% dari target 50% yang dicanangkan oleh Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (BPTJ 2017). Bus Transjakarta merupakan salah satu moda transportasi yang diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan mobilitas di daerah Jakarta, tetapi masih belum mampu menjalankan perannya dengan maksimal. Hingga tahun 2018, bus Transjakarta baru mampu berkontribusi sekitar 2-3% dari total perjalanan yang terjadi di Jakarta dan sekitarnya (BPTJ 2018). Arah kebijakan jangka pendek dari BPTJ sendiri adalah memaksimalkan peran dari bus Transjakarta dalam mengatasi permasalahan mobilitas yang ada dan meningkatkan kualitas layanan angkutan bus yang ada (BPTJ 2018).

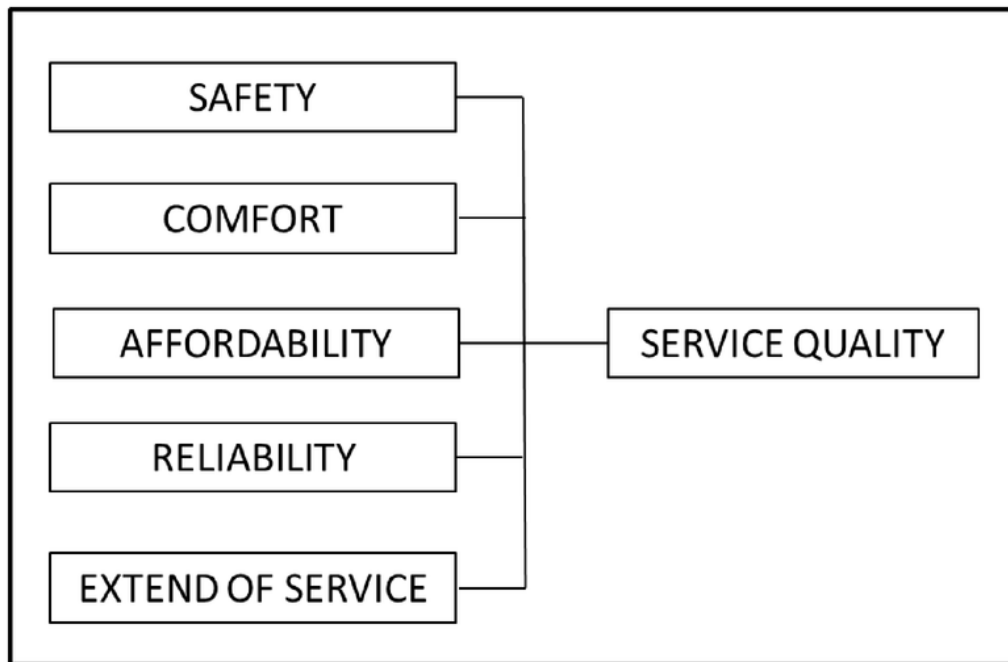
Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kepuasan konsumen terhadap sarana transportasi umum (Hokanson 1995). Secara umum, kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, kualitas layanan Transjakarta menjadi faktor yang sangat penting dalam memaksimalkan peranan bus Transjakarta, tetapi komponen-komponen dari layanan Transjakarta dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen belum banyak dipelajari. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi kualitas layanan transjakarta dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen dengan mengadopsi metode SERVQUAL dan dimensi RECSA.

Tinjauan Pustaka

Kualitas layanan merupakan perbedaan/gap antara ekspektasi konsumen dan experience konsumen (Rust & Oliver 1994). Kualitas layanan juga dapat dikatakan sebagai kesan keseluruhan konsumen terhadap kelebihan dan kekurangan dari layanan yang diberikan (Bitner & Hubert 1994). Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen (Parasuraman *et al.*, 1990). Layanan adalah hal yang dibuat dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan sehingga berbeda dari produsen ke produsen, konsumen ke konsumen, dan waktu ke waktu dan sangat sulit untuk diukur karena kualitas layanan yang tidak sama. Hal ini menimbulkan kesulitan dalam menentukan cara para konsumen menilai kualitas suatu pelayanan (Parasuraman *et al.*, 1985).

Salah satu jenis layanan yang banyak diteliti terkait hubungan antara kualitas layanannya dengan tingkat kepuasan konsumen adalah layanan transportasi publik. Secara umum ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan transportasi publik, seperti pendekatan *Service Quality Index* (SQI). Pendekatan ini didasarkan pada *random utility theory* dan *discrete choice models* (Hensher *et al.*, 2003, Eboli & Mazzulla 2007). Pendekatan lain yang juga umum digunakan adalah pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI). Pendekatan ini didasarkan pada penilaian konsumen yang disampaikan dalam bentuk skala numerik (Hill *et al.*, 2003).

Metode SERVQUAL merupakan pendekatan yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kualitas layanan di berbagai bidang industri, termasuk industri transportasi umum. Instrumen SERVQUAL digunakan untuk mengukur gap antara ekspektasi terhadap layanan dengan persepsi layanan yang dialami langsung oleh konsumen yang umumnya dikenal dengan istilah GAP 5 (Parasuraman *et al.*, 1985). Secara umum, penelitian SERVQUAL terhadap layanan transportasi publik menggunakan dimensi RATER (*Reliability, Assurance, Tangibility, Empathy, dan Responsiveness*), seperti studi mengenai kualitas layanan transportasi publik dan tingkat kepuasan konsumen di Cape Coast, Ghana (Ojo *et al.*, 2014).



Gambar 1 Model RECSA (McKnight *et al.* 1986)

Metode SERVQUAL bukanlah metode yang kaku, melainkan metode yang hanya berfungsi sebagai *framework* yang dapat dimodifikasi sesuai kebutuhan (Parasuraman *et al.*, 1991). Beberapa studi menunjukkan bahwa dimensi yang paling sesuai dalam mengukur kualitas layanan transportasi publik adalah dimensi RECSA (*Reliability, Extent of Service, Safety, Comfort, dan Affordability*) (McKnight *et al.*, 1986). *Reliability* atau reliabilitas adalah dimensi yang mengukur seberapa handal atau dapat diandalkannya suatu produk atau layanan dalam menjalankan fungsinya (McKnight *et al.*, 1986). *Extent of Service* adalah dimensi yang mengukur tingkal atau level dari produk atau layanan yang diberikan (McKnight *et al.*, 1986). *Safety* adalah dimensi yang mengukur tingkat keamanan dari suatu produk atau layanan (Mc Knight *et al.*, 1986). *Comfort* adalah dimensi yang mengukur tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan suatu produk atau layanan (McKnight *et al.*, 1986). *Affordability* adalah dimensi yang mengukur tingkat keterjangkauan atau kesesuaian harga dari suatu produk atau layanan (McKnight *et al.*, 1986). Beberapa studi telah mencoba melakukan metode SERVQUAL dengan menggunakan dimensi RECSA, seperti Horsu & Yeboah (2015) dan Luke & Heyns (2017).

Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat enam hipotesis yang diuji. Lima hipotesis masing-masing menyatakan satu dimensi/komponen dari kualitas layanan, yaitu *Reliability*, *Extent of Service*, *Safety*, *Comfort*, dan *Affordability* berkorelasi positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Satu hipotesis terakhir menyatakan bahwa *Customer satisfaction* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention*.

H₁: *Safety* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

H₂: *Comfort* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

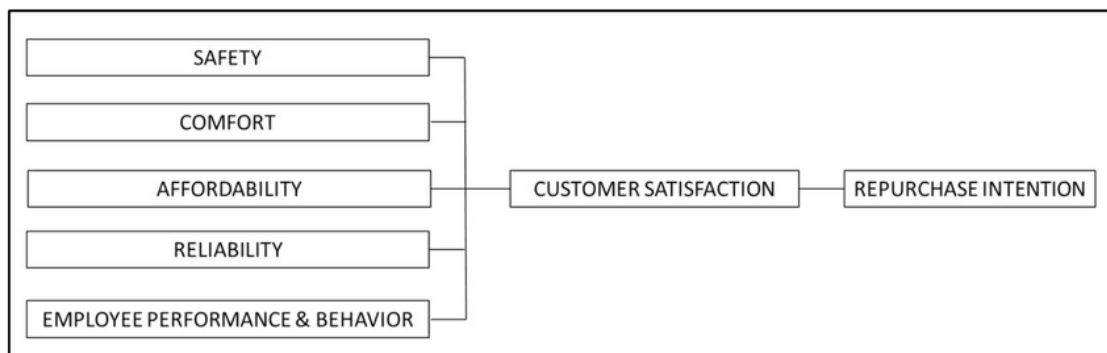
H₃: *Affordability* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

H₄: *Reliability* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

H₅: *Employee performance & behavior* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*.

H₆: *Customer satisfaction* memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention*.

Metode Penelitian



Gambar 2 Model Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan bus Transjakarta yang dirasakan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen dan pengaruh lanjutannya terhadap intensi penggunaan kembali layanan transportasi bus Transjakarta. Tingkat kualitas layanan yang

dirasakan konsumen diukur menggunakan metode SERVQUAL dengan dimensi RECSA, tetapi berdasarkan analisis faktor menggunakan uji KMO & Bartlett, variabel *reliability* dan variabel *extent of service* terbukti masuk ke dalam konstruk variabel yang sama sehingga variabel yang baru, yaitu *employee performance & behavior* ditambahkan ke dalam model penelitian ini. Variabel ini sendiri didapatkan dari hasil *in-dept interview* dengan lima orang pengguna aktif bus Transjakarta. Pengaruh kualitas layanan bus Transjakarta terhadap tingkat kepuasan konsumen dan pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap intensi menggunakan kembali akan diukur menggunakan analisis regresi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang disebarakan secara *on line*. Responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan moda transportasi bus Transjakarta dalam rentang waktu satu tahun terakhir (sepanjang tahun 2018). Dari total 330 kuesioner yang dikumpulkan, sebanyak 275 responden memenuhi kriteria untuk penelitian ini. Kuesioner ini sendiri terdiri atas empat bagian, yaitu demografi, kualitas layanan (*service quality*), tingkat kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), dan intensi penggunaan kembali (*repurchase intention*). Seksi demografi terdiri atas lima pertanyaan yang berfungsi untuk melihat profil dari para responden. Seksi *service quality* terdiri atas tiga puluh pertanyaan yang mana variabel *safety* mencakup empat pertanyaan, variabel *comfort* mencakup enam pertanyaan, variabel *affordability* mencakup tiga pertanyaan, variabel *reliability* mencakup sebelas pertanyaan, dan variabel *employee performance & behavior* mencakup enam pertanyaan. Seksi *customer satisfaction* dan *repurchase intention* masing-masing terdiri atas dua pertanyaan. Seksi *service quality*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention* diberikan dalam bentuk skala *rating numeric (Numeric Rating Scale)* yang mana skala 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” dan skala 5 menunjukkan “Sangat Setuju”.

Hasil & Pembahasan

Analisis Reliabilitas

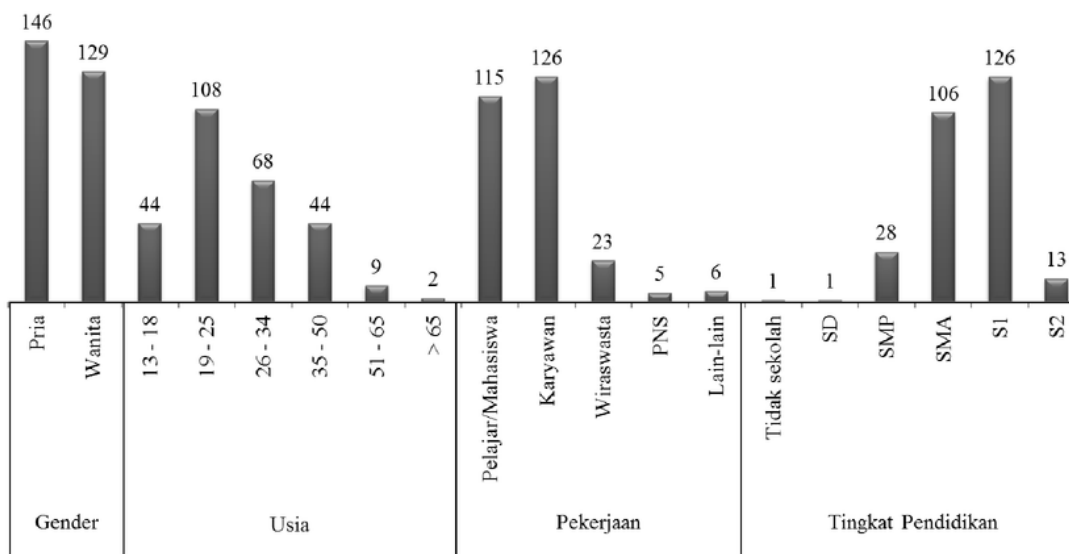
Seluruh data dari kuesioner dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Reliabilitas dari seluruh hasil pengukuran skala diuji untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh. Konsistensi diuji untuk seluruh variabel yang diuji menggunakan analisis reliabilitas Cronbach Alfa.

Tabel 1 Analisis reliabilitas Cronbach Alfa

VARIABEL	PERTANYAAN	CRONBACH ALFA	VALID
Safety	4	.806	100%
Comfort	6	.880	100%
Affordability	3	.833	100%
Reliability	11	.935	100%
Employee Performance & Behavior	6	.938	100%
Customer Satisfaction	2	.872	100%
Repurchase Intention	2	.903	100%

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa nilai Cronbach Alfa minimal yang menyatakan bahwa suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten adalah 0.7 (Pallant 2005). Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki nilai Cronbach Alfa lebih dari 0.7 sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan hasil data yang valid.

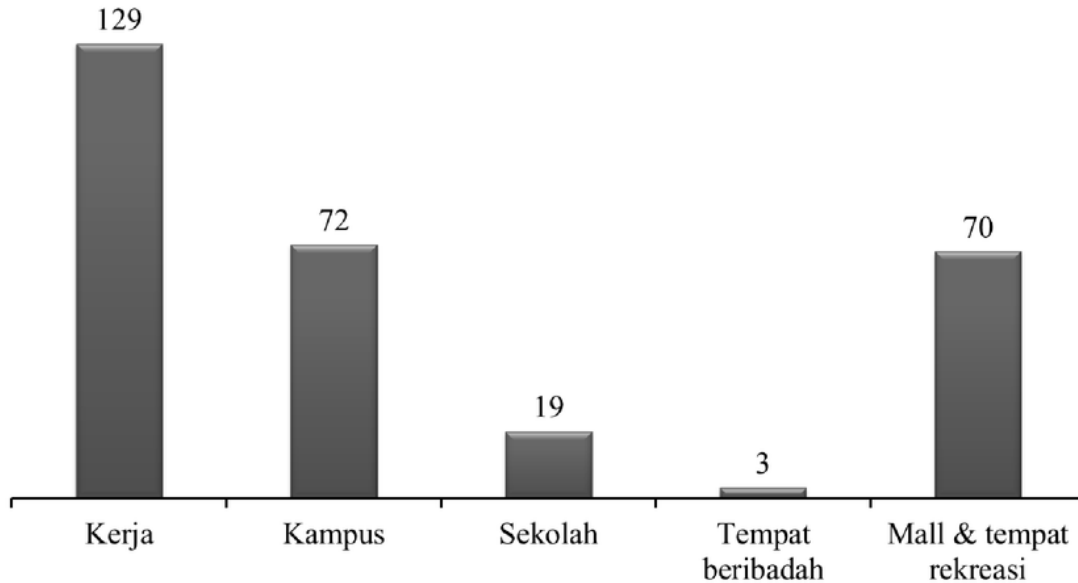
Karakteristik Demografi



Gambar 3 Karakteristik demografi responden

Gambar 3 menunjukkan karakteristik demografi dari responden penelitian ini. Sebanyak 146 (53.1%) orang responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden wanita berjumlah 129 (46.9%) orang. Sebagian besar responden berada di rentang usia 19 – 25 tahun sebanyak 108

(39.3%) orang, sedangkan responden yang paling sedikit berada pada rentang usia diatas 65 tahun sebanyak 2 orang (0.7%). Sebagian besar responden berprofesi sebagai karyawan sebanyak 126 (45.8%) orang, disusul oleh pelajar dan mahasiswa sebanyak 115 (41.8%) orang. Dari segi tingkat pendidikan, kebanyakan responden memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 sebanyak 126 (45.8%) orang dan SMA sebanyak 106 (38.5%) orang.



Gambar 4 Tujuan menggunakan bus Transjakarta

Gambar 4 menunjukkan tujuan rata-rata responden menggunakan bus Transjakarta. Sebagian besar responden menggunakan bus Transjakarta untuk berangkat bekerja sebanyak 129 (46.9%) orang, berangkat ke kampus sebanyak 72 (26.2%) orang, pergi sekolah sebanyak 19 (6.9%) orang, pergi ke mall & rekreasi sebanyak 70 (25.5%) orang, dan pergi beribadah sebanyak 3 (1.1%) orang.

Statistik Deskriptif

Tabel 2 Rata-rata keseluruhan variabel

	N	Mean	Std. Deviation
Safety	275	3.4964	.80372

Comfort	275	3.5055	.79910
Affordability	275	4.1273	.81224
Reliability	275	3.6698	.77420
Employee performance & behavior	275	3.9624	.73853
Customer satisfaction	275	4.2091	.78821
Repurchase intention	275	3.9800	.81644

Westbrook (1980) menyatakan bahwa nilai/*rating* rata-rata yang diperoleh dari suatu hasil pengukuran mencapai minimal 70% dari nilai maksimal, maka subyek/variabel yang diukur dapat dikatakan sudah baik/memuaskan. Mengacu pada pernyataan tersebut, variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini dapat dikatakan baik bila nilai rata-rata yang diperoleh minimal 3.50. Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji, kecuali variabel “*Safety*” yang memiliki nilai rata-rata sebesar 3.4964 sudah baik, tetapi uji hipotesis (*T-test*) yang dilakukan dengan *confidence level* 99% menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.940 yang berarti bahwa perbedaan antara nilai rata-rata variabel “*Safety*” tidak berbeda secara signifikan dengan nilai minimum 3.50 sehingga variabel ini juga masih tergolong baik/memuaskan.

Analisis Korelasi Matriks Pearson

Tabel 3 Korelasi matriks Pearson

		Safety	Comfort	Affordability	Reliability	Employee
Safety	Pearson Correlation	1	.326	.476	.316	.440
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
Comfort	Pearson Correlation	.326	1	.409	.757	.609
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
Affordability	Pearson Correlation	.476	.409	1	.471	.629
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
Reliability	Pearson Correlation	.316	.757	.471	1	.694
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
Employee	Pearson Correlation	.440	.609	.629	.694	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

Menurut Sincich *et al.* (2002), nilai korelasi pearson diatas 0.80 menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antar variabel yang diuji. Tabel 3 menunjukkan seluruh nilai korelasi Pearson yang ada berada di bawah 0.80 yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variabel tersebut. Hal ini juga menunjukkan tidak adanya risiko terjadinya multikolinearitas. Multikolinearitas adalah kondisi yang mana terdapat dua atau lebih variabel bebas yang memiliki hubungan kuat sehingga koefisien partial regresi tidak terukur secara presisi sehingga nilai standar errornya besar, perubahan kecil pada data dari sampel ke sampel akan menyebabkan perubahan

drastis pada nilai koefisien regresi parsial, perubahan pada satu variabel dapat menyebabkan perubahan besar pada nilai koefisien regresi parsial variabel lainnya, dan nilai *confidence interval* yang sangat lebar sehingga akan menjadi sangat sulit untuk menolak hipotesis nol pada sebuah penelitian jika dalam penelitian tersebut terdapat multikolinieritas (Yoo *et al.*, 2014).

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi yang dilakukan menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0.434 yang berarti kelima variabel yang digunakan hanya 43.4% menentukan tingkat kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan masih terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh sebesar 56.6% terhadap tingkat kepuasan konsumen bus Transjakarta.

Tabel 4 Hasil regresi *customer satisfaction* dengan variabel bebas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	r
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.221	.225		5.436	.000	
Safety	.032	.052	.033	.623	.534	.038
Comfort	.210	.070	.213	2.995	.003	.180
Affordability	.035	.059	.036	.596	.552	.036
Reliability	.219	.079	.215	2.754	.006	.166
Employee	.300	.078	.282	3.828	.000	.227

Tabel 4 menunjukkan nilai r dari seluruh variabel memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diuji (*safety*, *comfort*, *affordability*, *reliability*, dan *employee performance & behavior*) berkorelasi secara positif dengan *customer satisfaction*. Akan tetapi, *comfort*, *reliability*, dan *employee performance & behavior* memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05, sedangkan *safety* dan *affordability* memiliki nilai signifikansi yang tinggi melebihi 0.05 yang berarti *comfort*, *reliability*, dan *employee performance & behavior* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*, sedangkan *safety* dan *affordability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini bertentangan dengan hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh McKnight *et al.* (1986), Horsu & Yeboah (2015), dan Ojo *et al.* (2014) yang menunjukkan bahwa *safety* dan *affordability* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dapat disebabkan oleh masih kurangnya tingkat keamanan dari bus Transjakarta sehingga berkontribusi minim terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Hasil analisis regresi yang kedua memberikan nilai *adjusted R*² sebesar 0.526 yang berarti *customer satisfaction* memiliki pengaruh sebesar 52.6% terhadap *repurchase intention* dari pengguna bus Transjakarta.

Tabel 5 Hasil regresi *repurchase intention* dengan *customer satisfaction*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	r
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.811	.184		4.400	.000	
Satisfaction	.753	.043	.727	17.483	.000	.727

Tabel 5 menunjukkan nilai r yang positif dan nilai signifikansi di bawah 0.05 yang berarti *customer satisfaction* berkorelasi positif secara signifikan dengan *repurchase intention*.

Hasil-hasil di atas mengarah pada diterimanya empat hipotesis dan ditolaknya dua hipotesis. Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada table 6

Tabel 6 Hasil uji hipotesis

Pernyataan	Beta	Sig.	R	Hasil
<i>H</i> ₁ <i>Safety</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> .	.033	.534	.038	Rejected
<i>H</i> ₂ <i>Comfort</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> .	.213	.003	.180	Accepted
<i>H</i> ₃ <i>Affordability</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> .	.036	.552	.036	Rejected
<i>H</i> ₄ <i>Reliability</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> .	.215	.006	.166	Accepted
<i>H</i> ₅ <i>Employee performance & behavior</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> .	.282	.000	.227	Accepted
<i>H</i> ₆ <i>Customer satisfaction</i> memiliki korelasi yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>repurchase intention</i> .	.727	.000	.727	Accepted

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *comfort*, *reliability*, dan *employee performance & behavior* adalah dimensi-dimensi/komponen-komponen dari layanan bus Transjakarta yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang juga berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kesimpulan

Kualitas layanan bus Transjakarta dari segi keamanan, kenyamanan, keterjangkauan harga, reliabilitas layanan, dan kinerja serta perilaku petugas bus Transjakarta telah mencapai level yang cukup baik berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh (minimal 3.50). Hal ini berimbas pada cukup

tingginya tingkat kepuasan konsumen yang melebihi angka 80%. Hal ini pun tercermin pada cukup tingginya kesediaan para penumpang bus Transjakarta untuk kembali/tetap menjadikan bus Transjakarta sebagai salah satu moda transportasi pilihan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, kinerja dan perilaku petugas/staff bus Transjakarta memiliki pengaruh tertinggi terhadap tingkat kepuasan konsumen, diikuti oleh tingkat kenyamanan dan tingkat reliabilitas, sedangkan tingkat keamanan dan keterjangkauan harga tidak terlalu berpengaruh. Hal ini dapat disebabkan karena tingkat standar harga moda transportasi bus umum di Indonesia yang masih cukup rendah di Indonesia sehingga faktor keterjangkauan harga tidak terlalu berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Tingkat keamanan dari bus Transjakarta masih kurang memadai. Hal ini tampak dari tidak signifikannya pengaruh yang diberikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sehingga dapat dikatakan kontribusinya minim.

Melihat signifikansi pengaruh kualitas staff bus Transjakarta, kenyamanan, dan reliabilitas terhadap tingkat kepuasan konsumen bus Transjakarta, maka ketiga faktor ini adalah hal-hal yang perlu ditingkatkan oleh pihak pengelola dan regulator bila ingin memaksimalkan moda transportasi bus Transjakarta dalam menyelesaikan masalah-masalah mobilitas yang ada di Jakarta dan sekitarnya.

Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya faktor staff/manusia dalam layanan transportasi umum di luar dimensi RATER dan RECSA yang banyak digunakan. Keterbatasan dari penelitian ini sendiri adalah kecilnya ukuran sampel dan keterbatasan secara geografi yang memang umum ditemukan dalam berbagai penelitian dengan metode SERVQUAL. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel baru untuk menyempurnakan penelitian ini, mengingat variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 43.4% mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Lampiran

Tabel 7 Uji KMO & Barlett service quality - customer satisfaction

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.949
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6507.997
	df	496
	Sig.	.000

Tabel 8 Uji KMO & Barlett repurchase intention

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	309.051
	df	1
	Sig.	.000

Tabel 9 T-test variabel "Safety"

One-Sample Test						
Test Value = 3.5						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Safety	-.075	274	.940	-.00364	-.0991	.0918

Tabel 10 Model regresi service quality - customer satisfaction

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.434	.59310

Tabel 11 ANOVA service quality - customer satisfaction

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.602	5	15.120	42.984	.000 ^b
	Residual	94.625	269	.352		
	Total	170.227	274			

Tabel 12 Model regresi *customer satisfaction - repurchase intention*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.528	.526	.56181

Tabel 13 ANOVA *customer satisfaction - repurchase intention*

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.474	1	96.474	305.656	.000 ^b
	Residual	86.166	273	.316		
	Total	182.640	274			

Kuesioner Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention Bus Transjakarta

Apakah Anda menggunakan layanan transportasi Transjakarta dalam 1 tahun terakhir?

- Ya (lanjut pertanyaan selanjutnya)
- Tidak (Selesai)

Seksi 1 Demografi

1. Apa jenis kelamin Anda?
 - Pria
 - Wanita
2. Berapakah usia Anda?
3. Apa pekerjaan Anda?
4. Apa tingkat pendidikan terakhir Anda?
5. Pada umumnya, apa tujuan Anda menggunakan Transjakarta? (bisa pilih lebih dari satu)
 - Berangkat kerja
 - Pergi ke kampus
 - Mall
 - Lain-lain: (sebutkan)

Seksi 2 Service Quality Perception

(Pada seksi ini, seluruh jawaban dalam bentuk skala 1-5 dimana 1-Sangat Tidak Setuju, 2-Tidak Setuju, 3-Cukup Setuju, 4-Setuju, 5-Sangat Setuju)

SAFETY

1. Kemungkinan bus Transjakarta mengalami kecelakaan sangat rendah
2. Supir bus Transjakarta terlatih dan mengutamakan keselamatan dalam berkendara
3. Sangat kecil kemungkinan bagi penumpang bus Transjakarta untuk terluka akibat mengemudi secara ugal-ugalan
4. Terdapat upaya pencegahan terhadap tindak kriminal di bus Transjakarta

COMFORT

1. Privasi selama berada di bus dan halte Transjakarta terjaga
2. Tempat duduk di bus Transjakarta nyaman
3. Kondisi di dalam bus Transjakarta tenang/tidak berisik
4. Kondisi di dalam bus Transjakarta tidak terlalu berdesak-desakan melebihi kapasitas
5. Bus Transjakarta memiliki ruang yang luas untuk kaki saat duduk atau untuk berdiri

6. Perjalanan dengan bus Transjakarta selalu lancar dan menyenangkan

AFFORDABILITY

1. Tarif Transjakarta terjangkau
2. Tarif Transjakarta sudah sebanding dengan tingkat layanan yang diberikan
3. Tarif bus Transjakarta lebih murah dibandingkan dengan alternatif transportasi lain

RELIABILITY

1. Bus Transjakarta selalu sampai tujuan tepat waktu
2. Bus Transjakarta jarang/hampir tidak pernah mogok/rusak di tengah jalan
3. Bus Transjakarta memiliki jadwal bus dan informasi lainnya bagi penumpang
4. Waktu tunggu di halte hingga bus tiba tidak terlalu lama
5. Pengelola bus Transjakarta selalu menginformasikan ketersediaan layanan kepada konsumen (Jika Transjakarta mungkin tidak beroperasi di hari besar pasti diinformasikan)
6. Bus Transjakarta menyediakan space/fasilitas bagi kaum disabilitas, ibu hamil, dan lanjut usia yang memadai
7. Jumlah armada bus Transjakarta yang melayani pada hari biasa sudah memadai
8. Jumlah armada bus Transjakarta yang melayani pada hari libur/hari raya/tanggal merah sudah memadai
9. Jumlah armada bus Transjakarta yang melayani pada malam hari sudah memadai
10. Layanan Transjakarta tersedia/menjangkau seluruh wilayah di Jakarta
11. Halte Transjakarta terletak di lokasi-lokasi strategis yang mudah diakses

EMPLOYEE BEHAVIOUR & PERFORMANCE

1. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta memiliki perilaku yang baik selama bekerja
2. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta melakukan tugas yang menjadi peran dan tanggung jawabnya dengan baik
3. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta mampu memberikan informasi yang tepat kepada penumpang
4. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta peka terhadap kondisi dan kebutuhan penumpang
5. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta berpenampilan dengan rapih dan profesional
6. Staff (supir, kenek, loket) Transjakarta selalu bersikap ramah dalam melayani konsumen

Seksi 3 Customer Satisfaction

(Pada seksi ini, seluruh jawaban dalam bentuk skala 1-Sangat Tidak Setuju, 2-Tidak Setuju, 3-Biasa Saja, 4-Setuju, 5-Sangat Setuju)

1. Saya merasa senang menggunakan layanan transportasi bus Transjakarta
2. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan dengan kualitas layanan bus Transjakarta

Seksi 4 Customer Purchase Intention

(Pada seksi ini, seluruh jawaban dalam bentuk skala 1-5 dimana 1-Sangat Tidak Setuju, 2-Tidak Setuju, 3-Biasa Saja, 4-Setuju, 5-Sangat Setuju)

1. Saya berniat menggunakan layanan transportasi bus Transjakarta
2. Saya akan menggunakan layanan transportasi bus Transjakarta di masa mendatang

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	3%
2	www.statistikian.com Internet Source	2%
3	Submitted to Surabaya University Student Paper	2%
4	digilib.teiemt.gr Internet Source	1%
5	digital.library.adelaide.edu.au Internet Source	1%
6	thesis.binus.ac.id Internet Source	1%
7	freefileuploader.com Internet Source	1%
8	www.ccsenet.org Internet Source	1%
9	lp3m.unand.ac.id	

10	eprints.undip.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
12	es.scribd.com Internet Source	<1 %
13	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	<1 %
15	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
16	zieahmadi.blogspot.com Internet Source	<1 %
17	www.my3q.com Internet Source	<1 %
18	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.ftms.edu.my Internet Source	<1 %

21	journal-archievs8.webs.com Internet Source	<1%
22	vdocuments.site Internet Source	<1%
23	jurnal.umrah.ac.id Internet Source	<1%
24	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%
25	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1%
26	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1%
27	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
28	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
29	admnegara.usu.ac.id Internet Source	<1%
30	www.mediamedika.net Internet Source	<1%
31	media.neliti.com Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off