

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang Dan Dampak Terhadap Loyalitas Penumpang Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Pelabuhan Merak - Rangkasbitung

Prita Nur Aristiani¹, Yenita²

Politeknik Transportasi Darat Indonesia – STTD, Indonesia,
Universitas Tarumanagara, Jakarta²

*) corresponding author : Prita Nur Aristiani / Prita.Nur@ptdisttd.ac.id

ABSTRAK

Sebagai alat transportasi, kereta api dapat mengangkut barang dalam jumlah besar dan sangat bermanfaat bagi masyarakat, sehingga sangat tepat untuk mendukung perkembangannya. Perkembangan transportasi tercermin dari kepuasan pengguna jasa transportasi terhadap pemulihan transit kereta api. Oleh sebab itu, penelitian ini mengkaji kepuasan penumpang kereta api dan dampaknya terhadap loyalitas penumpang. Variabel yang digunakan didalam penelitian adalah *Tangible* (X 1), *Reliability* (X 2), *Assurance* (X 3), *Empathy* (X 4), *Responsiveness* (X 5), Kepuasan Penumpang (Y) dan Loyalitas Penumpang (Z). Metode yang dipakai didalam penelitian menggunakan program *Structural Equation Modeling*, (SEM) dengan menggunakan tool smart-PLS 3.0. Pemodelan persamaan struktural adalah teknik statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor serta analisis regresi (analisis korelasi) guna mempelajari hubungan antar variabel dalam model. Penelitian mengidentifikasi variabel -variabel yang mempunyai hubungan signifikan terhadap dua variabel kepuasan penumpang (Y) dan loyalitas penumpang (Z). Berdasarkan dari hasil penelitian ini terdapat (3) tiga variabel yang signifikan terhadap kepuasan penumpang (Y) dan pada hubungan variabel kepuasan penumpang (Y) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap loyalitas penumpang (Z).

Kata Kunci: Structural Equation Model (SEM), Kepuasan Penumpang, Loyalitas Penumpang, Smart-PLS

ABSTRACT

*As a means of transportation, trains can transport large quantities of goods and are very beneficial to society, so it is very appropriate to support their development. Transportation development is reflected in passenger satisfaction with the restoration of rail transit. Therefore, this study examines railway passenger satisfaction and impact on passenger loyalty. The variables used in this study are *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Assurance* (X3), *Empathy* (X4), *Responsiveness* (X5), *Passenger Satisfaction* (Y) and *Passenger Loyalty* (Z). The method used in this study uses a structural equation modeling (SEM) program using the smart-PLS 3.0 tool. Structural equation modeling is a multivariate statistical technique that combine factors analysis and regression analysis (correlation analysis) to study the relationship between variables in the model. This study identifies the variables that are significant for passenger satisfaction (Y) and passenger loyalty (Z). Based on the results of this study that there are three variables that are significant for passenger satisfaction (Y) and passenger satisfaction (Y) that are significant for the loyalty of passengers (Z).*

Keywords : Structural Equation Model (SEM), passenger satisfaction, passenger loyalty, Smart -Pls

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Technology telah berkembang pesat serta berdampak terhadap setiap aspek industri transportasi. Penggunaan transportasi merupakan mekanisme yang mendukung kegiatan masyarakat di segala bidang, termasuk bidang ekonomi. Fidel Miro mendefinisikan transportasi sebagai tindakan yang melibatkan memindahkan, mengangkut, dan memindahkan lokasi objek ke lokasi lain, di mana lokasi tujuan adalah lokasi di mana objek

yang dibawa dapat berguna untuk tujuan tertentu. Kereta Api merupakan salah satu transportasi yang ada di Indonesia.

Kereta api merupakan alat transportasi yang telah beroperasi sejak zaman penjajahan Belanda. Kereta api pertama yang digunakan yaitu menggunakan mesin uap. Industri perkereta apian yang sekarang ini dikelola pihak PT. Kereta Api Indonesia atau sering dikenal dengan PT KAI. PT KAI mempunyai kewajiban untuk melayani kebutuhan seluruh masyarakat dengan harga terjangkau serta fasilitas dan pelayanan yang baik.

Karena memberikan layanan pelanggan berkualitas tinggi sangat penting untuk pertumbuhan perusahaan, PT KAI terus meningkatkan layanan kepada semua klien. Bagaimana menggabungkan setiap aspek layanan pelanggan agar bisa sesuai dengan strategi - strategi operasional bisnis yang telah dimandatkan dan menumbuhkan loyalitas penumpang adalah tantangan manajemen layanan saat ini. Loyalitas merupakan suatu bentuk kesetiaan penumpang kepada setiap barang atau jasa atau kecenderungan penumpang untuk memakai atau membeli barang atau jasa tersebut secara berulang-ulang. Setiap penumpang pasti memiliki pemahaman mengenai jasa yang digunakan atau produk yang dibeli. Hal ini yang berpengaruh bagi penumpang untuk menggunakan jasa barang atau produk itu kembali. Oleh karena itu PT KAI berusaha untuk memenuhi kebutuhan penumpang dengan membuat berbagai macam kelas kereta sesuai dengan tarif yang akan dipilih oleh penumpang dan juga terus menerus membuat jalur kereta baru agar transportasi berjalan dengan lancar dan cepat.

Pelanggan yang menggunakan pelayanan PT. KAI ada yang terdapat di Pelabuhan Merak dioperasikan oleh PT. Kereta Api Indonesia Commuter yang merupakan anak dari perusahaan PT. KAI, menyediakan Kereta Lokal jurusan Merak ke Rangkasbitung untuk kereta penumpang. Untuk keluhan kenyamanan banyak yang menyampaikan keluhan mengenai fasilitas yang ada di Stasiun Merak, hingga keluhan pelayanan yang disuguhkan oleh PT. KAI Commuter. Dari keluhan tersebut menyebabkan antusias masyarakat untuk menggunakan fasilitas transportasi Kereta Api ini berkurang. Dengan hal tersebut PT. KAI commuter harus bisa mempertahankan penilaian layanan yang baik agar bisa mendapatkan penilaian yang baik dari masyarakat pengguna moda transportasi kereta api sehingga akan terhindar dari penurunan drastis nilai pelayanan jasa yang diberikan.

Hasil penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Pengguna Jasa Go-Ride Pada Bisnis Jasa Transportasi Go - Jek Dikota Palembang” yang membahas tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang, selanjutnya dapat diterapkan untuk isu-isu tersebut di atas (Hanifa, Trianto and Hendrich, 2019). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa layanan go-ride yang ditawarkan oleh layanan transportasi online yaitu GO-JEK yang ada dikota Palembang memiliki pengaruh variabel yang menguntungkan dan substansial terhadap kepuasan pengguna. Untuk mengetahui adanya pengaruh dan hubungan antara kepuasan dengan loyalitas terhadap

penumpang pada rute KAI Merak-Rangkasbitung dilakukan penelitian.

1.2 Tinjauan Pustaka.

1.2.1 Kualitas Layanan

Tanpa Disadari Disetiap Bisnis Yang Ada Saat Ini Adalah Bisnis Dengan Suatu Layanan Yang Diberikan (Jasa) dan kualitas layanan merupakan kunci untuk memenangkan persaingan bisnis. Wyckof (Tjiptono, 2002:59) mengartikan “kualitas layanan” sebagai tingkatan kesempurnaan yang di harapkan dan kemampuan menyesuaikan tingkatan keunggulan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Saat mengevaluasi kualitas layanan, penumpang harus membandingkan harapan mereka dengan apa yang mereka pahami tentang layanan yang mereka terima. Pelayanan dianggap baik bila tingkat pelayanan memenuhi harapan pelanggan..

Lima faktor yang disebut sebagai “SERVQUAL” dapat digunakan untuk menentukan kualitas, menurut Pansuraman (1988) yaitu *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan juga *Tangible*.

- a. *Reability* (Kendalan) adalah kemampuan yang diterapkan guna mencapai pelayanan yang di janjikan secara tepat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) memiliki arti keinginan untuk memberikan bantuan penumpang dengan memberikan tindakan pelayanan cepat dan tepat
- c. *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan, kompeten, kesopanan serta sifat-sifat yang bisa dipercaya, dimiliki staf untuk mendapatkan kepercayaan.
- d. *Emphaty* (Empati) yaitu memberikan layanan dengan penuh perhatian dan sesuai engan kebutuhan penumpang.
- e. *Tangible* (Bukti langsung) yaitu bukti nyata atau fasilitas fisik, perlengkapan dan penampilan fisik.

1.2.2 Kepuasan Pelanggan

Setiap aktivitas bisnis, termasuk konsultasi bisnis dan konteks bisnis lainnya, kini harus diprioritaskan dan didasarkan pada kesenangan pelanggan. Kepuasan pelanggan, diartikan oleh Kotler dan Keller (2007) adalah reaksi seseorang terhadap apakah suatu produk tampil sesuai dengan yang dijanjikan atau apakah mereka senang atau kecewa. Kebahagiaan pelanggan adalah salah satu elemen penting untuk kelangsungan bisnis karena dapat meningkatkan keunggulan di pasar. Ketika pelanggan senang dengan layanan tersebut, mereka sering menggunakannya lagi.

1.2.3 Loyalitas Pelanggan

Sangadji dan Sopiah (2013 : 104) mendefinisikan loyalitas pelanggan yang diungkapkan oleh Griffin (2005) yang menyatakan bahwa “loyalitas diartikan sebagai pembelian non-acak yang disampaikan melalui unit pengambilan keputusan waktu”. Berdasarkan dari arti yang dijelaskan diatas dapat dijabarkan dimana loyalitas lebih melihat pada perilaku penumpang untuk melakukan pembelian secara berkelanjutan atas barang dan/atau jasa dari perusahaan tertentu. Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena akan sangat sulit untuk mengubah pilihannya apabila pelanggan sudah memiliki kepuasan yang tinggi dan hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Kunci utama memberikan loyalitas melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Loyalitas penumpang adalah sikap pelanggan dalam memberi rekomendasi bagi pengguna jasa lain untuk menggunakan jasa dan/atau produk tersebut. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis dan kemajuan bisnis.

2 METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Structural Equation Modeling(SEM) yang memakai aplikasi Smart-PLS 3.0 . Tahapan didalam penelitian sebagai berikut :

2.1.1 Wawancara

Metode dalam penelitian menggunakan wawancara yaitu dengan mengajukan pertanyaan terstruktur untuk mendapatkan informasi yang tepat tentang subjek penelitian.

2.1.2 Kuisoner

Kuisoner merupakan suatu cara untuk melakukan pengajuan serangkaian pertanyaan kepada penumpang layanan angkutan Kereta Api Commuter jurusan Merak-Rangkasbitung. Pada teknik ini dilakukan kuisoner berupa kuisoner kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang dan dampaknya terhadap loyalitas penumpang pengguna jasa transportasi Kereta Api Commuter jurusan Merak-Rangkasbitung. Penilaian untuk kuisoner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

2.2 Metode pengambilan sampel

Metode untuk pengisian kuisoner menggunakan *accidental sampling* dalam penelitian ini. Dalam menentukan jumlah sample menggunakan rumus

slovin dengan standar eror di toleransi sebesar 10%. Dari total data penumpang di tahun 2021 sebanyak 1.040.967 dan di tahun 2022 1.901.254 maka sample dalam penelitian ini sebanyak 101 orang.

2.3 Identifikasi Variabel

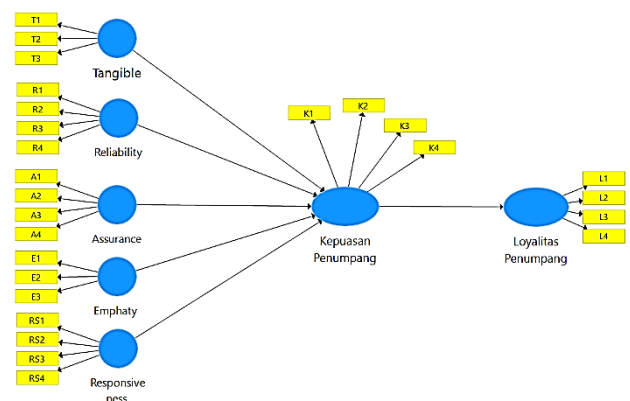
Variabel didalam penelitian menggunakan tujuh variabel yaitu *tangible* (X 1), *reability*(X 2), *assurrance* (X 3), *emphaty*(X 4), *responsivness*(X 5), kepuasan penumpang (Y) dan loyalitas penumpang(Z).

Uji hipotesis dalam penelitian adalah

1. Variabel *Tangible*(X1) berpengaruh signifikan kepada variabel Kepuasan Penumpang (Y)
2. Variabel *Reability*(X2) berpengaruh signifikan kepada variabel Kepuasan Penumpang (Y).
3. Variabel *Assurance*(X3) berpengaruh signifikan kepada variabel Kepuasan Penumpang (Y)
4. Variabel *Emphaty*(X4) berpengaruh signifikan kepada Kepuasan Penumpang (Y)
5. Variabel *Responsivness*(X5) berpengaruh signifikan kepada variabel Kepuasan Penumpang (Y)
6. Variabel Kepuasan Penumpang(Y) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Penumpang (Z).

2.4 Kerangka Penelitian.

Kerangka penelitian disusun dan dirancang sedemikian rupa agar alur penelitian ini mudah dipahami. Penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel *tangible* (X1),*reability* (X 2), *assurrance* (X 3), *emphaty* (X 4), *responsivness* (X 5), kepuasan penumpang (Y) dan loyalitas penumpang (Z) dapat dilihat dalam gambar1.

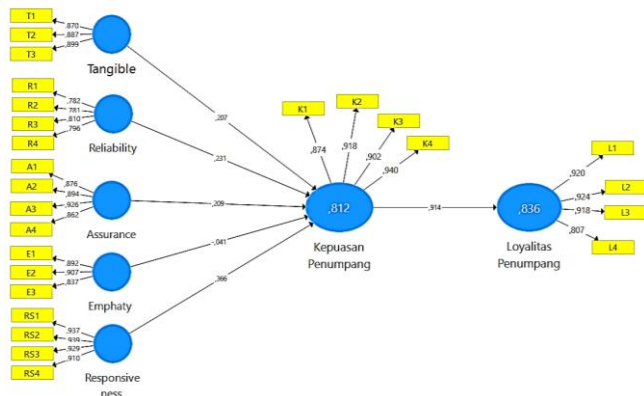


Gambar 1. Kerangka Penelitian

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Model Pengukuran(Outer Model)

Uji validitas dan uji reliabilitas adalah dua uji yang digunakan dalam outer model Adapun model pengukuran yang dihasilkan seperti gambar 2.



Gambar 2. Outer Loading

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	Average Variance Extracted (AVE)
Tangible (X 1)	1	0,870	0,784
	2	0,887	
	3	0,899	
Reliability (X 2)	1	0,782	0,628
	2	0,781	
	3	0,810	
	4	0,796	
Assurance (X 3)	1	0,876	0,792
	2	0,894	
	3	0,926	
	4	0,862	
Emphaty (X 4)	1	0,892	0,774
	2	0,907	
	3	0,837	
Responsiveness (X 5)	1	0,937	0,863
	2	0,939	
	3	0,929	
	4	0,910	
Kepuasan Penumpang (Y)	1	0,874	0,826
	2	0,918	
	3	0,902	
	4	0,940	
Loyalitas Penumpang (Z)	1	0,920	0,799
	2	0,924	
	3	0,918	
	4	0,807	

3.1.1 Uji Validitas

Nilai dari *loading factor* dan angka/nilai dari *average variance extracted* (AVE) menjadi kriteria guna melakukan uji validitas. Dalam penelitian konfirmatori, nilai/angka *loading factor* >0,7 kemudian nilai/angka *average variance extracted* (AVE) >0,5 agar validitas konvergen dinyatakan valid. (Ghozali&Latan,2015:74).

Data Tabel 1 menjelaskan bahwa dalam variabel *Tangible*(X 1), *Reability*(X 2), *Assurance*(X 3), *Emphaty* (X4), *Responsiveness* (X5), *Kepuasan Penumpang* (Y), dan *Loyalitas Penumpang* (Z) semuanya memiliki angka *loading factor* >0,5, dan angka *average variance extracted* (AVE) >0,5. Tabel 1 menunjukkan bahwa semua variabel tersebut valid untuk penelitian ini.

3.1.2 Uji Reabilitas

Ada dua metode guna menguji reliabilitas: Cronbach's Alpha serta *Composite Reliability*. Jika angka *composite reliability* > 0,7 kemudian nilai Cronbach's alpha ≥0,7 maka uji reliabilitas dikatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2015:74).

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Tangible	0,862	0,916	Reliabel
Reliability	0,803	0,871	Reliabel
Assurance	0,912	0,938	Reliabel
Emphaty	0,853	0,911	Reliabel
Responsiveness	0,947	0,962	Reliabel
Kepuasan Penumpang	0,930	0,950	Reliabel
Loyalitas Penumpang	0,915	0,941	Reliabel

Menurut data tabel 2 nilai dari variabel *Tangible*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty*, *Responsiveness*, *Kepuasan Penumpang* dan *loyalitas penumpang* mempunyai nilai yang Reliabel karena mempunyai nilai *Composite Reability* dan *Croonbach's Alpha* lebih >0,7.

3.2 Model Struktural(Inner Model)

Model struktural atau inner diuji untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel dengan R-squared model penelitian. penelitian.

3.2.1 R-Square

Fluktuasi perubahan dari variabel independen ke variabel dependen dikuantifikasi menggunakan nilai r-

kuadrat. Jika R-squared 0,75 model dianggap kuat, jika 0,50 model tergolong sedang dan jika 0,25 model dianggap lemah. (Ghozali & Latan, 2015:82).

Tabel 3. Nilai r-square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan dari Penumpang	0,812	0,802
Loyalitas dari Penumpang	0,836	0,834

Berdasarkan table 3 menunjukkan bahwa R-square variabel dari kepuasan penumpang adalah 0,812 dan menyatakan bahwa variabel kepuasan penumpang mempunyai model yang kuat. Perolehan tersebut menjelaskan bahwa persentase kepuasan penumpang adalah 81,2%. Hal itu menjelaskan bahwa variabel *Tangible, Reliability, Assurance, Emphaty, Responsiveness* berpengaruh 81,2% terhadap Kepuasan penumpang dan 18,8% dipengaruhi dengan variabel lain. Pada nilai r-square variabel loyalitas penumpang adalah 0,836 dan menyatakan bahwa variabel loyalitas penumpang mempunyai model yang kuat. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase loyalitas penumpang sebesar 83,6%. Hal itu menjelaskan bahwa variabel kepuasan penumpang berpengaruh 83,6% terhadap loyalitas penumpang dan variabel lain mempengaruhi sebesar 16,4%.

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Pengaruh Langsung (Dirrect Effect)	T Statistik	P Values	
H1	Tangible -> Kepuasan Penumpang	2,327	0,020	DITERIMA
H2	Reliability -> Kepuasan Penumpang	2,075	0,038	DITERIMA
H3	Assurance -> Kepuasan Penumpang	1,829	0,068	DITOLAK
H4	Emphaty -> Kepuasan Penumpang	0,288	0,774	DITOLAK
H5	Responsiveness -> Kepuasan Penumpang	2,318	0,021	DITERIMA
H6	Kepuasan Penumpang -> Loyalitas Penumpang	48,609	0,000	DITERIMA

3.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis didalam penelitian saya ini dilaksanakan dengan melakukan uji t-statistik dan p-value. Hipotesis dikatakan diterima jika t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05.

Berdasar dari data pada Tabel 4,2 dari 6 hipotesis 2 dengan pengaruh langsung ditolak. Hal ini disebabkan karena angka/nilai dari *t-statistic* < 1,96 dan nilai *p-value* > 0,05. Di sisi lain, empat hipotesis lainnya memiliki *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05. Maka keempat variabel ini bisa diterima.

4 KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa, *tangible, reability, dan Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap hal kepuasan penumpang, serta kepuasan penumpang terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Kemudian *emphaty* dan *assurance* tidak ada berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Oleh sebab itu Kereta Api Indonesia perlu meningkatkan pelayanan pada variabel *emphaty* dan *assurance* agar kepuasan penumpang semakin meningkat dan loyalitas penumpang juga meningkat. Maka semakin baik *Tangible, Reability* dan *Responsiveness* maka semakin tinggi kepuasan penumpang dan akan semakin tinggi loyalitas penumpang. Dan Kereta Api Indonesia perlu meningkatkan pelayanan pada variabel *emphaty* dan *assurance* supaya kepuasan penumpang akan meningkat dan loyalitas penumpang juga meningkat.

REFERENSI

- Anggorowati, E. A. (2017) "Analysis of Service Quality on Buildig Loyalty By Using Structural Equation Modelling Method (Case Study in Majapahit Railways)," *Journal of the Civil Engineering Forum*, 1(2), p. 57. doi: 10.22146/jcef.23987.
- Aramita, F., Rini, E. S. and Sembiring, B. K. F. (2018) "The Effect of Service Quality on Satisfaction and Impact on Loyalty User Transportation Service CV Sempati Star Medan-Banda Aceh," 46(*Ebic* 2017), pp. 390–395. doi: 10.2991/ebic-17.2018.60.
- Aziza, N. and Hariyono, S. (2017) "Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Provider Dengan Pendekatan Structural Equation Modelling," *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(2), p. 151. doi: 10.51804/tesj.v1i2.261.151-156.
- Briliana, V. (2018) "Consumer satisfaction on airline passenger loyalty: antecedents and outcomes," 16(5), pp. 1–9.

- Dam, T. C. and Bui, H. K. (2019) "The relationship between service quality, satisfaction, trust and customer loyalty a study of convenience stores in Vietnam," *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(1 Special Issue), pp. 327–333.
- E., A. et al. (2021) "Service Quality and Passengers' Loyalty of Public Transportation Companies," *British Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), pp. 82–98. doi: 10.52589/bjmms-lrq7javx.
- Fakhrudin, A. (2020) "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(1), p. 102. doi: 10.30588/jmp.v10i1.677.
- Ha, S. T. et al. (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), pp. 569–575. doi: 10.35940/ijitee.L3453.1081219.
- Hamonangan Sinaga, C., Sudiarta, I. N. and Sasrawan Mananda, I. G. (2016) "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Nusantara Pada Maskapai Lion Air Di Bali," *Jurnal IPTA*, 4(2), p. 26. doi: 10.24843/ipta.2016.v04.i02.p06.
- Hanifa, R., Trianto, A. and Hendrich, M. (2019) "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis JasaTransportasi Go-Jek di Kota Palembang," *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4, p. 2019.
- Industri, T., Sains, F. and Sidoarjo, U. M. (2022) "Analisis Kepuasan Pelanggan Gojek Di Pandaan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM)," pp. 35–40.
- Istiatin, E. (2015) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo," *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), p. 115736.
- Khanh Giao, H. N. and Vuong, B. N. (2020) "The Impact of Service Quality on Passenger Loyalty and the Mediating Roles of Relationship Quality: A Study of Domestic Flights with Vietnamese Low-Cost Airlines," *IFAC-PapersOnLine*, 56(C), pp. 88–95. doi: 10.1016/j.trpro.2021.09.011.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I. and Yonita, H. L. (2022) "Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), pp. 391–402. doi: 10.37676/ekombis.v10is1.2018.
- Andini, A. and Surya, D. (2020) "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening..... ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTER," *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, pp. 1–21.
- Prakosa, G. A., Ciptomulyono, U. and Achmadi, F. (2018) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Kasmi Kbs," *Bisma*, 11(3), p. 283. doi: 10.19184/bisma.v11i3.6471.
- Pungpho, K. and Wanarat, S. (2018) "A Structural Equation Model for Logistics Service Quality to Measurement Passenger Loyalty at Suvarnabhumi Airport, Thailand," *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 6(1), pp. 79–91. doi: 10.12778/235108618x15452373185831.
- Putri, W. I. (2014) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Citra Perusahaan Dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI," *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), pp. 141–149.
- Rahim, A. G. (2016) "Perceived Service Quality and Customer Loyalty: The Mediating Effect of Passenger Satisfaction in the Nigerian Airline Industry," *International Journal of Management and Economics*, 52(1), pp. 94–117. doi: 10.1515/ijme-2016-0029.
- Rat, A. H., A, S. T. S. L. and Hutabarat, J. (2005) "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api Eksekutif DAOP 8 Surabaya," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 2(2), pp. 3–9.
- Riyaldi, M. S., Amrizal, A. and Silalahi, T. M. B. (2016) "the Customer Loyalty of Patas Purwakarta Train Service Users," *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 3(1), p. 59. doi: 10.54324/j.mtl.v3i1.139.
- Ruslim, T. S. and Rahardjo, M. (2016) "Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan

Kualitas ada Restoran Abuba Steak di Greenville,”
Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 2, Nomor 1(1),
pp. 51–65.

Shiftan, Y., Barlach, Y. and Shefer, D. (2015)
“Measuring passenger loyalty to public transport
modes,” *Journal of Public Transportation*, 18(1), pp. 1–
16. doi: 10.5038/2375-0901.18.1.7.

Sofiani, M. and Sagir, J. (2022) “Pengaruh Online
Shoping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen
Menggunakan Shopee Dengan Customer Trust Sebagai
Variabel Intervening,” *Jurnal magister manajemen
universitas mataram*, 11(2), pp. 120–134. doi:
10.29303/jmm.v11i2.711.