

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA BUS TRANS SIDOARJO

Stefanus Vincensius<sup>1</sup>, Rudy Setiawan<sup>2</sup>

**ABSTRAK :** Peluncuran BTS merupakan salah satu upaya untuk mengurangi kemacetan di Kabupaten Sidoarjo. Kepuasan dan loyalitas pengguna dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilannya BTS. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna BTS. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh pengguna BTS dengan hasil yaitu 328 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan setiap hari pada jam sibuk pagi, siang dan sore hari. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini bahwa *on board amenity*, *crew's attitude* dan *operational performance* memberikan dampak positif namun tidak maksimal terhadap kepuasan (*satisfaction*) pengguna BTS. Namun bila ketiga variabel tersebut ditambahkan dengan *service value*, maka akan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dengan nilai SLF = 0,93 dan *P-value* < 0,05. Loyalitas pengguna dipengaruhi oleh kepuasan pengguna BTS. Dari hasil penelitian, persepsi pengguna BTS terhadap *satisfaction* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna (*passanger loyalty*) dengan nilai SLF = 0,75 dan *P-value* < 0,05.

**KATA KUNCI :** *satisfaction*, *passanger loyalty*, *bus rapid transit*, bus trans sidoarjo

## 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu daerah yang mengalami perkembangan pesat. Dampak negatif yang dihadapi yaitu dengan adanya peningkatan kepadatan kendaraan dan kemacetan yang cukup tinggi. Dalam mengatasi permasalahan tersebut pada tanggal 21 September 2015 pemerintah kabupaten Sidoarjo menyediakan 30 armada Bus Trans Sidoarjo (BTS), yang berkapasitas ± 80 penumpang/bus. (Sinaga dan Niswah, 2017). Sekarang BTS yang beroperasi berjumlah 10 bus, dengan jam pengoperasionalan dimulai pukul 05.30 - 19.30 WIB. Terdapat 16 halte. Tarif yang ditetapkan sebesar Rp 2.000,- untuk pelajar dan Rp 6.000,- untuk mahasiswa/umum. Dengan tarif yang ada, pelayanan yang ditawarkan juga harus sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Kepuasan dan loyalitas masyarakat dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan, dalam hal ini BTS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor (*onboard amenity*, *crews' attitude*, *station performance*, *operational performance*, *satisfaction*, *sacrifice*, *service value*, biaya dan kemudahan, *tangibles*, *reliability*, *switching costs*, *attractiveness of competitors*, *trust*, *passenger loyalty*) yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna BTS.

## 2. LANDASAN TEORI

### **Kepuasan Pelanggan (*Satisfaction*)**

Definisi Kepuasan Pelanggan menurut Kotler & Keller (Tjiptono, 2014) mengatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

### **Nilai Layanan (*Service Value*)**

Nilai layanan adalah evaluasi keseluruhan biaya dan manfaat transaksi. Nilai layanan mewakili apa yang dirasakan antara manfaat kualitas layanan dan biaya transaksi atau ekonomi.

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Teknik Sipil Universitas Kristen Petra [stefanus8695@gmail.com](mailto:stefanus8695@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Teknik Sipil Universitas Kristen Petra [rudy@petra.ac.id](mailto:rudy@petra.ac.id)

### **Pengorbanan (*Sacrifice*)**

Pengorbanan mengacu pada apa yang diberikan untuk mendapatkan layanan. Pengorbanan yang dirasakan termasuk harga moneter dan harga non-moneter, seperti waktu, pencarian, dan biaya psikologis. Pengorbanan itu negatif terkait dengan nilai layanan.

### **Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

Parasuraman et al. (23) mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan harapan dan persepsi layanan. *service quality* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *on board amenity* (kebisingan didalam bus, kebersihan didalam bus, dll), *crew's attitude* (penampilan sopir bus, penampilan kondektur bus, dll), *station performance* (kondisi halte, kebersihan halte, dll), *operational performance* (jadwal keberangkatan bus, kemudahan membeli tiket, dll), *tangibles* (penampilan luar bus, fasilitas didalam bus, dll), dan *reliability* (ketepatan jadwal, pelayanan yang diberikan, dll).

### **Loyalitas Pelanggan (*Passenger Loyalty*)**

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Olson, 1993).

### **Percaya (*Trust*)**

Menurut Wan et al (2005), *trust* adalah perasaan aman berdasarkan keyakinan bahwa dirinya atau perilakunya dipandu dan dimotivasi dengan nilai positif.

### **Biaya Pengganti (*Switching Costs*)**

Menurut Wan et al (2005), *switching costs* adalah besarnya biaya tambahan yang dirasakan dan upaya yang diperlukan untuk mengubah penyedia layanan.

### **Daya Tarik Pesaing (*Attractiveness Of Competitors*)**

Dalam penelitian Wan et al (2005) dikatakan bahwa, *attractiveness of competitors* mengacu pada persepsi pelanggan tentang sejauh mana pesaing yang layak tersedia di pasar.

### **Biaya dan Kemudahan**

Pelanggan akan semakin puas apabila tarif yang dikeluarkan relatif murah, nyaman, dan efisiensi dalam mendapatkan produk atau pelayanan (Irawan, 2002).

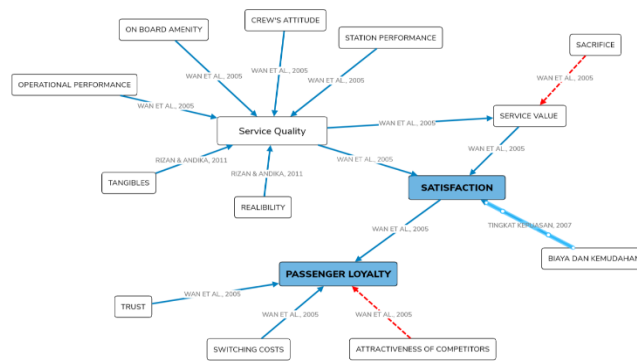
### **Pemodelan Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling*)**

Menurut Talanko (2001) *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah suatu teknik analisis multivariat yang dapat menguji hubungan antara faktor yang kompleks untuk memperoleh gambaran mengenai keseluruhan model. Ada 2 model yang dapat diuji SEM, yaitu: (a) Model pengukuran berupa hubungan antara indikator dengan konstruk dan (b) Model struktural, yaitu hubungan antara konstruk (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dan memerlukan beberapa indikator untuk mengukurnya) independen dan dependen.

### **Uji Kecocokan**

Menurut Wijanto (2008), didalam SEM terdapat 3 tahapan analisis kecocokan data, yaitu (a) Analisis kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*), (b) Analisis kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*), dan (c) Analisis kecocokan model struktural (*structural model fit*).

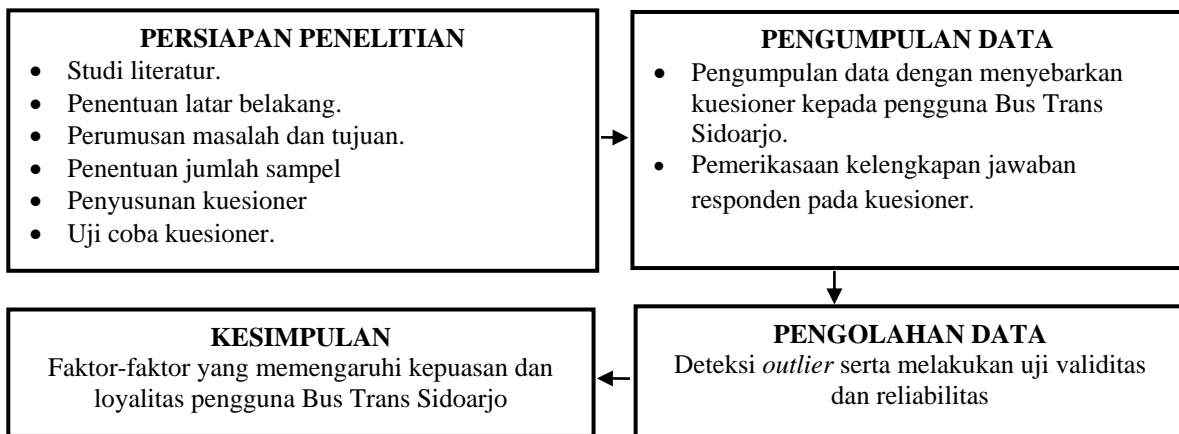
Hubungan antar variabel yang memengaruhi *satisfaction* dan *passenger loyalty* (Fathonah, 2017), (Rizan dan Andika, 2011) dan (Wan et al, 2005) dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Hubungan antar Variabel yang Mempengaruhi *Satisfaction* dan *Passenger Loyalty*

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Secara garis besar prosedur penelitian yang dilakukan disajikan dalam **Gambar 2**. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada beberapa responden (pengguna Bus Trans Sidoarjo) setiap hari pada saat jam sibuk.



Gambar 2. Alur Prosedur Penelitian

### 4. HASIL DAN ANALISIS DATA

#### Deteksi *Outlier*

Dari hasil survei didapatkan sebanyak 328 responden. Setelah itu, akan dilakukan deteksi *outlier* dengan menggunakan standar nilai *Zscore* jika  $< -3,00$  atau  $> 3,00$  akan dibuang dan tidak diolah. Setelah dilakukan deteksi *outlier* responden yang tersisa sebanyak 248 responden.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

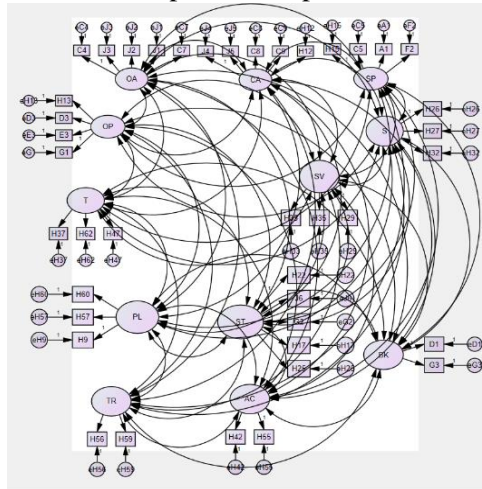
Pada variabel *On Board Amenity* dapat dilihat bahwa indikator H4 tidak *valid*, maka indikator H4 tidak di ikutsertakan dalam analisis tahap selanjutnya. Selain itu pada variabel *Reliability* dan *Switching Costs* juga menunjukkan indikator di variabel itu tidak *valid*, maka dari itu variabel *Reliability* dan *Switching Costs* juga tidak di ikutsertakan dalam analisis tahap selanjutnya.

#### Model Persamaan Struktural

Untuk mendapatkan model persamaan struktural, penelitian ini akan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan program *Analysis of Moment Structures* (AMOS).

**Model Pengukuran (*Measurement Model*)**

*Measurement model* ini dibuat dengan cara menghubungkan semua variabel dengan variabel dan variabel dengan indikator. Pada tahap ini belum dilakukan pengolahan data dan hanya menghubungkan komponen yang ada. *Measurement model* dapat di lihat pada **Gambar 3**.



**Gambar 3. *Measurement Model* Tahap Awal**

Setelah dianalisis hubungan antar komponen, hasil *output* AMOS model pengukuran awal yang berisikan SLF (*Standard Loading Factor*) dan P-value dapat dilihat pada **Tabel 1**.

**Tabel 1. SLF dan P-value Model Pengukuran Awal**

			SLF	P-value	Keterangan				SLF	P-value	Keterangan
H29	<---	SV	0,506			C4	<---	OA	0,4		
H35	<---	SV	0,694	***	a	J3	<---	OA	0,746	***	a
H33	<---	SV	0,662	***	a	J2	<---	OA	0,671	***	a
H26	<---	S	0,528			J1	<---	OA	0,628	***	a
H27	<---	S	0,466	***	a	C7	<---	OA	0,328	***	a
H32	<---	S	0,623	***	a	J4	<---	CA	0,795		
H22	<---	ST	0,551			J5	<---	CA	0,836	***	a
J6	<---	ST	0,57	***	a	C8	<---	CA	0,413	***	a
G2	<---	ST	0,469	***	a	C9	<---	CA	0,446	***	a
H17	<---	ST	0,628	***	a	H12	<---	CA	0,455	***	a
H25	<---	ST	0,645	***	a	H15	<---	SP	0,62		
D1	<---	BK	0,358			C5	<---	SP	0,365	***	a
G3	<---	BK	0,497	***	a	A1	<---	SP	0,381	***	a
H9	<---	PL	0,512			F2	<---	SP	0,054	0,476	c
H57	<---	PL	0,686	***	a	G1	<---	OP	0,74		
H60	<---	PL	0,761	***	a	E3	<---	OP	0,576	***	a
H55	<---	AC	0,716			D3	<---	OP	0,294	***	a
H42	<---	AC	0,72	***	a	H13	<---	OP	0,781	***	a
H59	<---	TR	0,76			H47	<---	T	0,607		
H56	<---	TR	0,652	***	a	H62	<---	T	0,653	***	a
					H37	<---	T	0,556	***	a	

Setelah didapatkannya hasil *output* AMOS model pengukuran awal yang berisikan SLF (*Standard Loading Factor*) dan P-value maka akan dilanjutkan dengan pemeriksaan syarat *Goodness of Fit* (GOF)  $\geq 0,90$  apakah memenuhi syarat dan memiliki variabel yang memenuhi syarat reliabilitas: (1) nilai *construct reliability* (CR)  $\geq 0.70$ ; dan (2) nilai *variance extracted* (VE)  $\geq 0.50$ . Pada model pengukuran tahap awal, dapat dilihat nilai GOF (**Tabel 2**) dan nilai CR dan VE (**Tabel 3**).

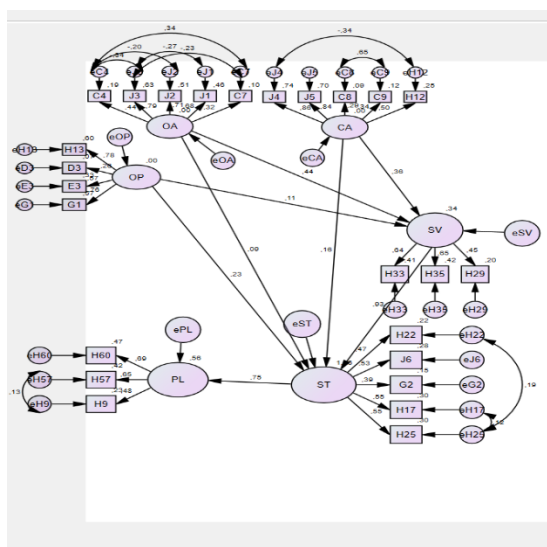
**Tabel 2. GOF Model Pengukuran Tahap Awal**

Indikator Model	Batasan Nilai	Hasil Estimasi	
		Nilai	Keterangan
CMIN	Semakin kecil semakin baik	1725,953	Memenuhi
P-Value	>0,05	0	Tidak Memenuhi
CMIN/df	<2	2,421	Tidak Memenuhi
Goodness Of Fit Index (GFI)	>0,9	0,738	Tidak Memenuhi
Root Mean Square Residual(RMR)	≤0,05	0,05	Memenuhi
Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)	<0,08	0,076	Memenuhi
Tucker Lewis Index (TLI)	>0,9	0,708	Tidak Memenuhi
Normed Fit Index (NFI)	≥0,8	0,641	Tidak Memenuhi
Adjusted Goodness Of Fit Index (AGFI)	>0,9	0,683	Tidak Memenuhi
Relative Fix Index (RFI)	≥0,95	0,587	Tidak Memenuhi
Incremental Fit Index (IFI)	>0,9	0,75	Tidak Memenuhi
Comparative Fit Index (CFI)	>0,9	0,746	Tidak Memenuhi

**Tabel 3. CR dan VE Model Pengukuran Tahap Awal**

Variabel	CR	CR ≥ 0,7	VE	VE ≥ 0,5
On Board Amenity	0,698	Tidak Memenuhi	0,334	Tidak Memenuhi
Crew’s Attitude	0,737	Memenuhi	0,381	Tidak Memenuhi
Station Performance	0,377	Tidak Memenuhi	0,166	Tidak Memenuhi
Operational Performance	0,702	Memenuhi	0,394	Tidak Memenuhi
Satisfaction	0,710	Memenuhi	0,332	Tidak Memenuhi
Sacrifice	0,553	Tidak Memenuhi	0,295	Tidak Memenuhi
Service Value	0,655	Tidak Memenuhi	0,392	Tidak Memenuhi
Biaya dan Kemudahan	0,310	Tidak Memenuhi	0,188	Tidak Memenuhi
Tangibles	0,635	Tidak Memenuhi	0,368	Tidak Memenuhi
Attractiveness Of Competitors	0,680	Tidak Memenuhi	0,515	Memenuhi
Trust	0,667	Tidak Memenuhi	0,501	Memenuhi
Passanger Loyalty	0,694	Tidak Memenuhi	0,437	Tidak Memenuhi

Setelah didapatkan model pengukuran tahap awal, maka akan dilanjutkan dengan penambahan *error covariance* dan akan dilanjutkan tahap model struktural dengan menghapus beberapa variabel sehingga didapatkan hasil seperti pada **Gambar 4.** serta nilai SLF dan P-value (**Tabel 4.**), GOF (**Tabel 5.**) dan nilai CR dan VE (**Tabel 6.**)



**Gambar 4. Struktural Model Tahap Akhir**

**Tabel 4. SLF dan P-value Struktural Model Tahap Akhir**

			SLF	P-value	Keterangan
C4	<---	OA	0,437		
J3	<---	OA	0,794	***	a
J2	<---	OA	0,711	***	a
J1	<---	OA	0,681	***	a
C7	<---	OA	0,319	***	a
J4	<---	CA	0,859		
J5	<---	CA	0,839	***	a
C8	<---	CA	0,292	***	a
C9	<---	CA	0,34	***	a
H12	<---	CA	0,505	***	a
G1	<---	OP	0,756		
E3	<---	OP	0,573	***	a
D3	<---	OP	0,262	***	a
H13	<---	OP	0,778	***	a
H29	<---	SV	0,449		
H35	<---	SV	0,651	***	a
H33	<---	SV	0,644	***	a
H22	<---	ST	0,466		
J6	<---	ST	0,53	***	a
G2	<---	ST	0,385	***	a
H17	<---	ST	0,552	***	a
H25	<---	ST	0,55	***	a
H9	<---	PL	0,476		
H57	<---	PL	0,648	***	a
H60	<---	PL	0,687	***	a

Keterangan: a P-value  $\leq 0,001$ , b P-value  $\leq 0,05$ , dan c P-value  $> 0,05$

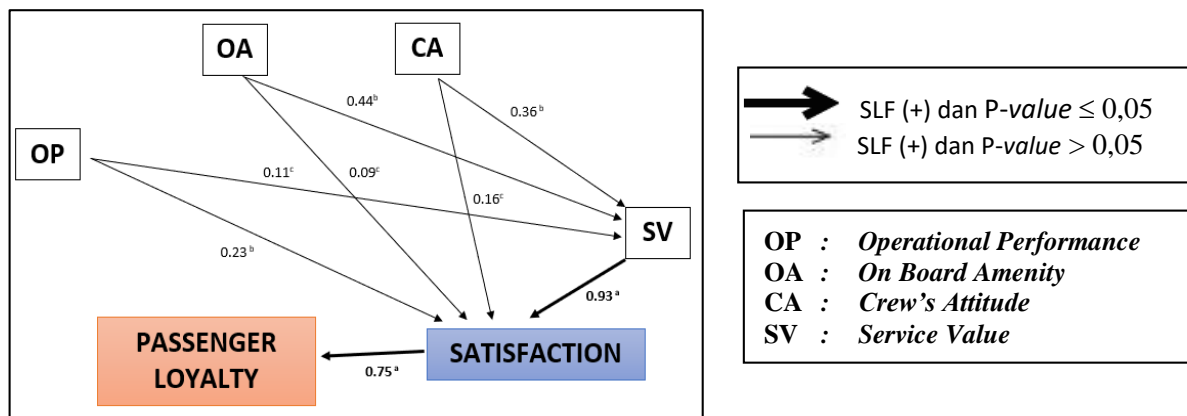
**Tabel 5. GOF Model Pengukuran Tahap Akhir**

Indikator Model	Batasan Nilai	Hasil Estimasi	
		Nilai	Keterangan
CMIN	Semakin kecil semakin baik	848,795	Memenuhi
P-Value	$>0,05$	0	Tidak Memenuhi
CMIN/df	$<2$	3,303	Tidak Memenuhi
Goodness Of Fit Index (GFI)	$>0,9$	0,792	Tidak Memenuhi
Root Mean Square Residual(RMR)	$\leq 0,05$	0,087	Tidak Memenuhi
Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)	$<0,08$	0,097	Tidak Memenuhi
Tucker Lewis Index (TLI)	$>0,9$	0,699	Tidak Memenuhi
Normed Fit Index (NFI)	$\geq 0,8$	0,673	Tidak Memenuhi
Adjusted Goodness Of Fit Index (AGFI)	$>0,9$	0,738	Tidak Memenuhi
Relative Fix Index (RFI)	$\geq 0,95$	0,618	Tidak Memenuhi
Incremental Fit Index (IFI)	$>0,9$	0,747	Tidak Memenuhi
Comparative Fit Index (CFI)	$>0,9$	0,742	Tidak Memenuhi

**Tabel 6. CR dan VE Model Pengukuran Tahap Akhir**

Variabel	CR	CR ≥ 0,7	VE	VE ≥ 0,5
<i>On Board Amenity</i>	0,736	Memenuhi	0,378	Tidak Memenuhi
<i>Crew's Attitude</i>	0,722	Memenuhi	0,380	Tidak Memenuhi
<i>Operational Performance</i>	0,698	Tidak Memenuhi	0,393	Tidak Memenuhi
<i>Satisfaction</i>	0,622	Tidak Memenuhi	0,251	Tidak Memenuhi
<i>Service Value</i>	0,608	Tidak Memenuhi	0,347	Tidak Memenuhi
<i>Passanger Loyalty</i>	0,635	Tidak Memenuhi	0,373	Tidak Memenuhi

Hasil analisis hubungan antar faktor yang memengaruhi *satisfaction* dan *passenger loyalty* pengguna Bus Trans Sidoarjo dapat dilihat pada **Gambar 5**.



**Gambar 5. Hasil Analisis Hubungan antar Faktor yang Memengaruhi Satisfaction dan Passenger Loyalty Pengguna Bus Trans Sidoarjo**

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, *on board amenity*, *crew's attitude* dan *operational performance* akan memberikan hasil maksimal kepada *satisfaction* jika digabungkan dengan *service value* dengan nilai SLF = 0,93 dan signifikan. Selain itu, *satisfaction* juga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap *passenger loyalty* dengan nilai SLF = 0,75. Hal ini bisa terjadi karena jika pengguna BTS puas terhadap layanan BTS, maka pengguna juga akan loyal terhadap BTS.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Fathonah, Zilda. (2017). *Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Bus Trans Jogja di PT. Anindya Mitra Internasional*. UNY. Yogyakarta
- Irawan, Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Kopmutindo. Jakarta.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. (1998). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12–40.
- Olson, Peter. (1993), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Boston, Third Edition.
- Rizan dan Andika. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. Jakarta.
- Sinaga, R.A., & Niswah, F. (2017). "Strategi Peningkatan Pelayanan Transportasi Melalui Bus Trans Sidoarjo ( Studi Pada Perum Damri Cabang Surabaya )". *Jurnal Kajian Manajemen Pelayanan Publik*. 01, 1-18.

- Talangko, L. P. (2014). "Pemodelan Persamaan Struktural dengan Maksimum Likelihood dan Bootstrap pada Derajat Kesehatan di Propinsi Sulawesi Selatan". *Tekno-Sains*.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)* : Andi Offset. Yogyakarta
- Wan et al. (2005). "Structural Equation Modeling to Determine Passanger Loyalty Toward Intercity Bus Services". *Journal of the Transportation Research Board*, 1927, 249-255.
- Wijanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modelling dengan Lisrel 8.8*. Graha Ilmu: Yogyakarta.