

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENUMPANG KERETA MODA RAYA TERPADU (MRT) JAKARTA DENGAN MODEL SEM PLS

Salis Rabindra Ishaya, Edi Wahyu Wibowo dan Yoeliastuti

Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

Email: salis.ishaya@gmail.com, edilp3ijkt@Gmail.com dan yoeli_salis@yahoo.com3

Abstract

The purpose of this study is to find out the factors that affect the passenger satisfaction of jakarta's integrated high-speed train (MRT) using the SEM PLS model. The method used in this study is descriptive research by conducting validity and reliability tests of questionnaires. The results of the analysis obtained for validity test & reliability all produce valid and reliable values. While the t test was obtained the results of variable customer value effect positif on passenger satisfaction. Similarly, variable ease of transaction has a positive effect on passenger satisfaction. Although the results have been good but it is recommended that the Jakarta MRT Train Management Party can provide better passenger satisfaction such as providing ease of future transactions by using QR Code and also integration package with other modes of transportation.

Keywords: *Customer Value; Ease of Transaction; Passenger Satisfaction; MRT Jakarta*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang kereta moda raya terpadu (MRT) jakarta dengan menggunakan model SEM PLS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Hasil analisis didapatkan untuk uji validitas & reliabilitas semua menghasilkan nilai yang valid & reliabel. Sedangkan uji t didapatkan hasil variabel nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Begitu pula variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Meskipun hasilnya sudah baik tetapi disarankan agar Pihak Manajemen Kereta MRT Jakarta dapat memberikan kepuasan penumpang yang lebih baik lagi seperti memberikan kemudahan transaksi kedepannya dengan menggunakan QR Code dan juga paket integrasi dengan moda transportasi lainnya.

Kata kunci: Nilai Pelanggan; Kemudahan Transaksi; Kepuasan Penumpang; MRT Jakarta

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, dalam era sekarang transportasi ialah kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dalam menjalankan aktivitas harian. Saat menjalankan aktivitasnya masyarakat sangat membutuhkan moda transportasi yang efisien waktu dan biaya. Hal ini sesuai dengan tuntutan hidup sekarang yang menekankan masyarakat untuk disiplin dalam hal pemanfaatan waktu dengan sebaik mungkin, sehingga menciptakan sebuah pola pikir bahwa waktu adalah salah satu alasan masyarakat dalam memastikan moda transportasi yang akan dipakai untuk melakukan mobilitas. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan harga yang layak bagi semua konsumennya (penumpang) agar memuaskan mereka terhadap jasa yang di konsumsi serta bertolak akhir pada terciptanya kepuasan konsumen (Mardhino & Yulhendri, 2019). Transportasi ialah alat yang dipakai untuk memindahkan benda/manusia dari satu lokasi ke lokasi lain (Wahyusetyawati, 2017).

Pada tanggal 1 April 2019, Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta sudah resmi beroperasi. Beberapa persoalan disesalkan oleh para penumpang, yakni terkait persepsi kemudahan transaksi serta nilai pelanggan, dimana hal-hal itu sangat prinsipil demi memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan fokus utama atau tujuan dari PT. Mass Rapid Transit Jakarta dalam melayani kebutuhan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta.

Bisnis jasa ialah salah satu bisnis yang berupaya untuk menciptakan kepuasan konsumen (Choirul Marati, 2016). Kepuasan konsumen menjadi peran inti serta kritis terhadap keberlangsungan serta perkembangan kehidupan sebuah instansi. Dengan mendengarkan pelanggan lalu mem*feedback* keinginan maupun permintaan sehingga akan memberikan hasil yang lebih memuaskan serta memunculkan loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu terkait kepuasan penumpang kereta api berjudul “Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di Stasiun Purwosari” (Apriyadi, 2017), hasilnya diperoleh yakni Ketepatan waktu, fasilitas, serta harga tiket secara simultan berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Bengawan di Stasiun Purwosari.

Penelitian serupa terkait kepuasan penumpang kereta api yang berjudul “Pengaruh faktor kepercayaan, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kereta api” (Susanti & Wahyuni, 2017), menunjukkan bahwa kepercayaan berdampak positif serta signifikan bagi kepuasan pelanggan jasa transportasi kereta api kelas ekonomi. Kualitas layanan berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi kelas ekonomi. Fasilitas berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi kereta api kelas ekonomi.

Penelitian serupa mengenai kepuasan penumpang kereta api mengkaji “Pengaruh ketepatan fasilitas, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat pengguna kereta api masal (Mass Rapid Transit) lintas Surabaya Lamongan di Stasiun Pasar Turi Surabaya, hasil penelitian” (ARIS, 2014), hasil penelitian yakni

Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan kereta api komuter lintas Surabaya-Lamongan.

Persepsi kemudahan adalah sebuah kepercayaan terkait proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah dikelola sehingga dia akan menggunakannya. Penelitian dahulu terkait persepsi kemudahan transaksi berjudul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card, studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta” (Ishaya, Wibowo, & Yoeliastuti, 2020), hasilnya adalah variabel persepsi kemudahan berdampak terhadap minat memakai produk e-money card secara signifikan serta diharapkan pihak bank memberikan kesadaran pada pihak nasabah pengguna e-money card terkait kemudahan penggunaan e-money card sehingga adanya pemahaman nasabah akan kemudahan penggunaan pada fasilitas tersebut.

Penelitian yang sama mengenai persepsi kemudahan dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)” (Faradila & Soesanto, 2016), hasil penelitian menyatakan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepercayaan.

Penelitian serupa mengenai persepsi kemudahan mengkaji “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan serta Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan serta Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)” (Anggraeni, 2015), hasil penelitian mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap niat penggunaan, persepsi kegunaan mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap niat penggunaan serta niat penggunaan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual layanan jejaring sosial berbasis lokasi.

Menurut (Woro & Naili, 2013) Nilai pelanggan ialah perbandingan antara hasil yang dirasakan oleh pelanggan serta apa yang pelanggan keluarkan untuk memperoleh/mengonsumsi produk/jasa tersebut. Dalam penelitiannya dalam judul “Pengaruh nilai pelanggan serta kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)” hasilnya ialah nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian lain mengenai nilai pelanggan yang berjudul Pengaruh harga, kualitas pelayanan serta nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kota Purwokerto yang dilakukan oleh (Ari Susanto Wibowo, 2013), hasilnya ialah nilai pelanggan berdampak secara positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen, Sementara penelitian serupa dilakukan oleh (Ikasari, Suryoko, & Nurseto, 2013) yang berjudul Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol

Semarang). Hasilnya menyatakan Variabel Nilai Pelanggan memiliki dampak positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa, responden yang puas diakibatkan karena Nilai Pelanggan tinggi. Maka dari itu semakin tinggi (baik) Nilai Pelanggan yang dihasilkan, maka akan memperkuat Kepuasan Pelanggan pada pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Metode Penelitian

Penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan m uji validitas serta reliabilitas kuesioner variabel nilai pelanggan, kemudahan transaksi serta kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta. Penelitian bersifat kuantitatif, yang mana interpretasi hasil penelitian berdasarkan hasil olahan statistik menggunakan aplikasi software PLS 3.0. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian dilaksanakan terhadap penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta. Pada Bulan Juli 2020.

Teknik sampling yang digunakan ialah teknik *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2011), *Accidental Sampling* ialah teknik penentuan sampel sesuai dengan kebetulan yakni siapapun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa menjadi sampel, jika dirasa orang yang ditemukan tidak sengaja itu cocok sebagai sumber data. Respondennya ialah penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta dan bersedia menjadi responden. Sampel dalam penelitian ini ialah 100 penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta. Data primer yang digunakan yaitu pengukuran serta pengumpulan data secara langsung oleh peneliti dengan kuesioner. Pengisian kuesioner dilaksanakan dengan cara diisi langsung oleh subjek penelitian.

1. Analisis Data

Analisis data menggunakan aplikasi PLS 3.0 dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Uji Validitas & Reliabilitas

Tabel 1
Standar Pengukuran Uji Validitas & Reliabilitas

Uji validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvengen	Outer Loading	>0.7
	Average Variance Extracted (AVE)	>0.5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten	Nilai AVE >R2 Tertinggi daripada variabel endongen
	Cross Loading	Lebih dari 0.7 dalam variabel
Uji Reliabilitas	Parameter	Rute Of Thumbs
	Cronbach's Alpha	>0.6
	Composite Reliability	0.7

b. Uji t

Uji t (Uji Parsial), yaitu untuk menguji apakah variabel independen, secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

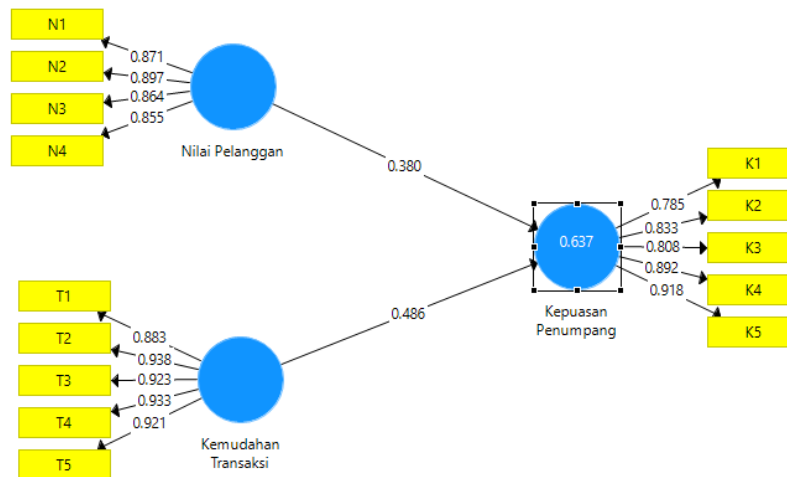
Terima Ho jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($\alpha = 0,05$)

Terima Ha jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($\alpha = 0,05$)

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Berdasarkan analisis dengan menggunakan software PLS 3.0 maka didapatkan hasil validitas dan reliabilitas sebagai berikut:



Gambar 1

**Model SEM PLS Variabel Nilai Pelanggan, Kemudahan Transaksi
Kepuasan Penumpang Kereta MRT Jakarta**

1. Uji Validitas (Analisis Konvergen)

a. Outer Loading

Dari Gambar 1 didapatkan hasil outer loading sebagai berikut:

Tabel 2

**Hasil Outer Loading Variabel Nilai Pelanggan,
Kemudahan Transaksi, Kepuasan Penumpang**

k1	0,785
k2	0,833
k3	0,808
k4	0,892
k5	0,918
N1	0,871
N2	0,897
N3	0,864
N4	0,855
T1	0,883
T2	0,938
T3	0,923
T4	0,933
T5	0,921

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka outer loading harus bernilai lebih dari 0,7, dari hasil Tabel 2 maka seluruh indikator variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan penumpang) bernilai lebih dari 0,7 sehingga indikator sehingga keseluruhan indikator variabel dapat dikatakan valid.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 3
Hasil Average Variance Extracted

	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan Transaksi	0.846
Kepuasan Penumpang	0.721
Nilai Pelanggan	0.760

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka Average Variance Extracted (AVE) harus bernilai lebih dari 0,5, dari hasil Tabel 3 maka didapat semua variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan penumpang) bernilai diatas 0.5 sehingga hasilnya dapat dikatakan valid.

2. Uji Validitas (Analisis Diskriminan)

a. Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten

Tabel 4
Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Penumpang	0.637	0.630

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka hasil Average Variance Extracted (AVE) (Tabel 3) harus lebih besar dari hasil R Square (Tabel 4). Hasil analisis seluruh variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan penumpang) menghasilkan Average Variance Extracted (AVE) bernilai lebih besar dari hasil R Square yaitu 0.637, sehingga hasilnya dapat dikatakan valid.

b. Cross Loading

Tabel 5
Hasil Cross Loading

	Kemudahan Transaksi	Kepuasan Penumpang	Nilai Pelanggan
K1	0.458	0.785	0.497
K2	0.653	0.883	0.562
K3	0.675	0.808	0.682
K4	0.623	0.892	0.615
K5	0.727	0.918	0.658
N1	0.599	0.576	0.871
N2	0.660	0.627	0.897
N3	0.573	0.618	0.864
N4	0.590	0.674	0.855
T1	0.883	0.716	0.550
T2	0.938	0.732	0.647
T3	0.923	0.670	0.640
T4	0.933	0.653	0.673

T5	0.921	0.670	0.689
----	-------	-------	-------

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka hasil Cross Loading dari keseluruhan hasil setiap variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan pelanggan) harus bernilai diatas atau lebih dari 0,7. Dari hasil analisis Cross Loading (Tabel 5) maka di dapat semua variabel bernilai diatas 0,7 sehingga hasilnya dapat dikatakan valid.

3. Uji Reliabilitas (Analisis Cronbach's Alpha)

Tabel 6
Hasil Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
Kemudahan Transaksi	0.954
Kepuasan Penumpang	0.903
Nilai Pelanggan	0.895

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka hasil Cronbach's Alpha dari hasil setiap variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan pelanggan) harus bernilai diatas atau lebih dari 0,6. Dari hasil analisis Cronbach's Alpha (Tabel 6) maka di dapat semua variabel bernilai diatas 0,6, sehingga hasilnya dapat dikatakan sudah Reliabel.

4. Uji Reliabilitas (Analisis Composite Reliability)

Tabel 7
Hasil Composite Reliability

	Composite Reliability
Kemudahan Transaksi	0.965
Kepuasan Penumpang	0.928
Nilai Pelanggan	0.927

Menurut standar pengukuran Tabel 1 maka hasil Composite Reliability dari hasil setiap variabel (nilai pelanggan, kemudahan transaksi, kepuasan pelanggan) harus bernilai diatas atau lebih dari 0,6. Dari hasil analisis Composite Reliability (Tabel 7) maka di dapat semua variabel bernilai diatas 0,7, sehingga hasilnya dapat dikatakan reliabel.

5. Uji t

Tabel 8
Hasil Uji t

	Original Sample	Sample Mean (M)	Standar Deviat...	T Statistics (0/STDEV)	P Values
Kemudahan Transaksi -> Kepuasan Penumpang	0.486	0.474	0.105	4.623	0.000
Nilai Pelanggan -> Kepuasan Penumpang	0.380	0.395	0.101	3.764	0.000

Dari Tabel 8, dapat diketahui bahwa:

- Pengaruh variabel kemudahan transaksi terhadap kepuasan penumpang
P Value $0.000 < 0.05$ atau t hitung $4.623 > t$ tabel= 1.664 , H_0 ditolak, H_a diterima

sehingga Variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

- b. Pengaruh variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan penumpang
P Value $0.000 < 0.05$ atau t hitung $3.764 > t$ tabel = 1.664, H_0 ditolak, H_a diterima
sehingga Variabel Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

B. Pembahasan

Dari hasil analisis data maka didapat hasil uji validitas dan reliabilitas sudah baik pada setiap indikator variabel, yaitu:

1. Uji Validitas & Reliabilitas

Dari uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator variabel nilai pelanggan, variabel kemudahan transaksi dan variabel kepuasan penumpang didapatkan hasil valid & reliabel.

a. Variabel Nilai Pelanggan

Dari uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator variabel nilai pelanggan didapatkan hasil valid & reliabel. Hasil uji validitas & reliabilitas terhadap variabel nilai pelanggan ini selaras dengan penelitian (Woro & Naili, 2013) berjudul pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). Penelitian serupa yang dilakukan oleh (Bayu, 2019) dengan judul penelitian yaitu analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih Bus Patas Ramayana dengan trayek Semarang – Yogyakarta. Seluruh penelitian terdahulu menyatakan uji validitas & reliabilitas dengan menggunakan indikator nilai pelanggan yang serupa dikatakan valid & reliabel.

b. Variabel Kemudahan Transaksi

Dari uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator variabel kemudahan transaksi didapatkan hasil valid & reliabel. Hasil uji validitas & reliabilitas terhadap variabel kemudahan transaksi ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyo Ferry et al Wibowo, 2015) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). Persepsi Pengguna Outlook Web Applications Dalam Mendukung Pendistribusian Arsip Surat Masuk di PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Regional Jawa Tengah. Seluruh penelitian terdahulu menyatakan uji validitas & reliabilitas dengan menggunakan indikator kemudahan transaksi yang serupa dikatakan valid & reliabel.

c. Variabel Kepuasan Penumpang

Dari uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator variabel kepuasan penumpang didapatkan hasil valid & reliabel. Hasil uji validitas & reliabilitas terhadap variabel kepuasan penumpang ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nikmatul, 2019) dengan judul penelitian yaitu analisis factor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang KMP Siginjai pada PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) (Studi Kasus Pada Penumpang Kelas Ekonomi KMP. Siginjai Trayek Karimunjawa-Jepara). Sementara penelitian serupa dilakukan oleh Apriyadi, D. (2017)

yang berjudul Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di stasiun purwosari. Begitu pula penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Sunarti, Wibowo, & Utami, 2019) dengan judul Analisis Harga Tiket dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Bandara Soekarno Hatta. Seluruh penelitian terdahulu menyatakan uji validitas & reliabilitas dengan menggunakan indikator kepuasan penumpang yang serupa dikatakan valid & reliabel.

2. Uji t

a. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta

Dari hasil Uji t diperoleh Variabel Persepsi Kemudahan Transaksi terhadap kepuasan penumpang memperoleh nilai P Value $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa Variabel Persepsi Kemudahan Transaksi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta.

Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta memiliki kepuasan untuk menggunakan Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta sesuai dengan Persepsi Kemudahan Transaksi. Kepuasan terhadap Persepsi Kemudahan Transaksi seperti mudah dipelajari, mudah digunakan, Jelas, mudah dipahami, terampil.

Hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan transaksi terhadap kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta serupa dengan yang dilakukan oleh (Setyo Ferry et al Wibowo, 2015) hasilnya adalah variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dan diharapkan pihak bank memberikan kesadaran kepada pihak nasabah pengguna *e-money card* terkait kemudahan penggunaan *e-money card* sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan kemudahan penggunaan pada fasilitas tersebut.

b. Pengaruh Nilai Pelanggan Transaksi terhadap kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta

Dari hasil Uji t didapatkan Variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan penumpang memperoleh nilai P Value $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa Variabel nilai pelanggan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta mempunyai kepuasan untuk menggunakan Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta sesuai dengan nilai pelanggan. Kepuasan terhadap nilai pelanggan seperti mempunyai nilai tambah, kesesuaian biaya dengan manfaat, kemudahan memperoleh jasa, *emotional value*

Dari analisis uji t didapatkan hasil bahwa variabel nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan penumpang Kereta MRT Jakarta. Hal ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ari Susanto Wibowo, 2013), hasilnya adalah nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Sementara penelitian yang sama dilakukan oleh (Ikasari et al., 2013),

Hasilnya menyatakan Variabel Nilai Pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan

Dalam penelitian ini untuk uji validitas & reliabilitas seluruh indikator variabel menghasilkan nilai yang valid & reliabel. Sedangkan dari analisis uji t didapatkan hasil bahwa variabel nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan penumpang Kereta MRT Jakarta. Begitu pula dengan variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan penumpang kereta api. Meskipun hasilnya sudah baik tetapi disarankan agar Pihak Manajemen Kereta MRT Jakarta dapat memberikan kepuasan penumpang yang lebih baik lagi seperti memberikan kemudahan transaksi kedepannya dengan menggunakan QR Code dan juga paket integrasi dengan moda transportasi lainnya.

BIBLIOGRAFI

- Anggraeni, Rila. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Ekonomi Bisnis*, 20(1).
- Apriyadi, Dede. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).
- Aris, Budianto. (2014). Pengaruh Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Kereta Api Masal Cepat (Mass Rapid Transit) Lintas Surabaya-Lamongan di Stasiun Pasar Turi Surabaya. *UPN "Veteran" Jawa Timur*.
- Bayu, S. (2019). Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih Bus Patas Ramayana dengan trayek Semarang–Yogyakarta. *Skripsi*.
- Choirul Marati, Nafisa. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Faradila, Rr Selli Nisrina, & Soesanto, Harry. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka. com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 239–250.
- Ikasari, Ajeng Utami, Suryoko, Sri, & Nurseto, Sendhang. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 52–59.
- Ishaya, Salis Rabindra, Wibowo, Edi Wahyu, & Yoeliastuti, Yoeliastuti. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (Mrt) Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 107–123.
- Mardhino, Ronny, & Yulhendri, Yulhendri. (2019). Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Transportasi Darat KA Sibinuang Jurusan Padang-Pariaman. *Jurnal Ecogen*, 2(4), 643–653.
- Nikmatul, H. (2019). Analisis factor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang KMP Siginjai pada PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) (Studi Kasus Pada Penumpang Kelas Ekonomi KMP. Siginjai Trayek Karimunjawa-Jepara). *Skripsi*.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti, Wibowo, Edi, & Utami, Setyaningsih Sri. (2019). Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Mahasiswi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(4), 578–589.
- Susanti, Desi, & Wahyuni, Dewi Urip. (2017). Pengaruh faktor kepercayaan, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kereta api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Wahyusetyawati, Endang. (2017). Dilema Pengaturan Transportasi Online. *Jurnal Rechtsvinding. Jurnal RechtsVinding. ISSN*, 2089–9009.
- Wibowo, Ari Susanto. (2013). *Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kota Purwokerto*. Universitas Negeri Semarang.
- Wibowo, Setyo Ferry et all. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money Commuter line Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Woro, Mardikawati, & Naili, Farida. (2013). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).