

# Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Umum di Jakarta

Rona Ayudia Purnandika\*<sup>1</sup>

Hana Septiana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

\*e-mail: [Rona.ayudiapurnandika@student.upj.ac.id](mailto:Rona.ayudiapurnandika@student.upj.ac.id)<sup>1</sup>, [Hana.septiana@student.upj.ac.id](mailto:Hana.septiana@student.upj.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Jurnal ini menyelidiki peran kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks transportasi umum di Jakarta. Penelitian ini mengusung pendekatan kualitatif studi literatur untuk menggali pemahaman mendalam mengenai bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan dalam penggunaan transportasi umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dalam transportasi umum berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan, selanjutnya, membangun loyalitas pelanggan. Faktor-faktor seperti kehandalan layanan, kenyamanan perjalanan, dan respon terhadap kebutuhan pengguna mendominasi pembahasan dalam literatur. Metode kualitatif studi literatur digunakan untuk merinci temuan-temuan ini dengan menggali pandangan, konsep, dan temuan penelitian terdahulu. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks transportasi umum di Jakarta. Implikasi dari temuan ini dapat membantu penyedia layanan transportasi untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dan merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan, pada gilirannya, meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** transportasi umum, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Jakarta.

## Abstract

This journal investigates the role of service quality and customer satisfaction levels in the context of public transportation in Jakarta. The research adopts a qualitative literature review approach to delve into a comprehensive understanding of how service quality influences customer satisfaction and loyalty in the use of public transportation. The study reveals that good service quality in public transportation has the potential to enhance customer satisfaction and subsequently build customer loyalty. Factors such as service reliability, travel comfort, and responsiveness to user needs dominate the discussions in the literature. The qualitative literature review method is employed to elaborate on these findings by exploring perspectives, concepts, and previous research findings. This research provides in-depth insights into the relationship between service quality and customer satisfaction in the context of public transportation in Jakarta. The implications of these findings can assist transportation service providers in better understanding customer needs and designing effective strategies to enhance service quality, consequently increasing customer satisfaction and loyalty.

**Keywords:** public transportation, service quality, customer satisfaction, customer loyalty, Jakarta.

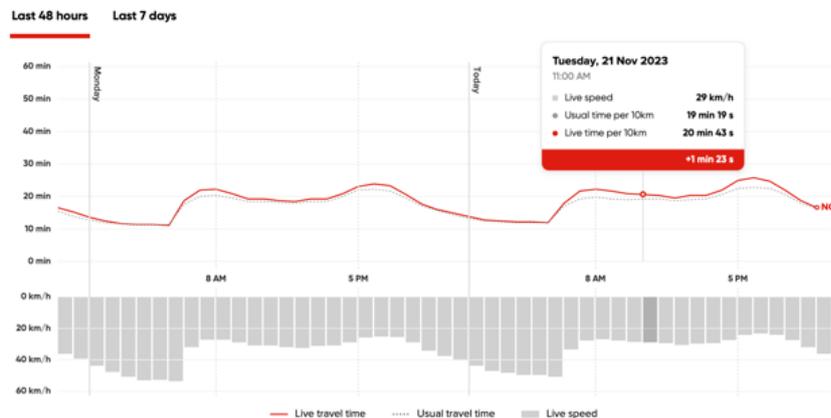
## PENDAHULUAN

Transportasi adalah sarana yang dipakai untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya, bisa dikendalikan atau dijalankan oleh manusia. Jenis transportasi bermacam – macam, meliputi transportasi darat, laut, udara. Pentingnya transportasi bagi manusia terletak pada kemampuan dalam mudahnya menjalankan aktivitas sehari -hari dengan cepat mencapai tujuan. Kendaraan dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu kendaraan pribadi dan kendaraan umum atau transportasi umum. Jenis transportasi umum juga terus berkembang dari masa ke masa hingga saat ini (Supriyadi et al., 2020).

Transportasi umum merupakan salah satu fasilitas yang sangat diperlukan bagi Masyarakat umum karena sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari – hari. Transportasi umum memiliki banyak kegunaan dan manfaat bagi Masyarakat luas yang menggunakannya. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat menyebabkan jumlah Masyarakat yang semakin padat sehingga sering terjadinya kemacetan. Kemacetan sangat merugikan dari segi waktu hingga materi, kemacetan sangat memakan waktu sehingga dapat mengurangi jam kerja serta produktivitas

operator kendaraan dan penggunaan bahan bakar yang merugikan materi (Siska Andriani S, 2020).

Dengan mengurangi dan menghindari kemacetan, masyarakat seringkali memilih untuk menggunakan transportasi umum. Dengan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, masyarakat berharap dapat mengurangi kemacetan dan lebih efisien dalam waktu tempuh perjalanan sehingga menghindari terjebak dalam antrian Panjang di jalan raya. Transportasi umum seringkali dianggap sebagai solusi yang lebih efisien karena dapat menampung sejumlah besar penumpang dalam satu perjalanan, meminimalkan jumlah kendaraan di jalan, sehingga dapat mengurangi kemacetan yang kerap terjadi di Jakarta.



**Gambar 1.1 Traffic Index**

**Sumber: Tomtom.com**

Berdasarkan data yang diperoleh dari website resmi Tomtom.com yang merupakan website berisikan Traffic Index diseluruh dunia. Pada tahun 2022 Kota Jakarta berada pada ranking 29 yang memiliki kemacetan yang cukup tinggi, dengan waktu pada jam sibuk pertahun 214 jam dan kecepatan rata – rata pada jam sibuk 22 Km/Jam (tomtom.com, 2022). Dengan penggunaan transportasi umum dapat mengurangi kemacetan dan dapat meningkatkan mobilitas, selain itu transportasi umum juga menawarkan harga yang terjangkau. Dalam aspek perekonomian transportasi umum juga memiliki pengaruh yang luar biasa besar.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari keberhasilannya suatu perusahaan, sehingga perlunya perusahaan memahami dan memenuhi keinginan serta harapan masyarakat. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan seseorang yang merasakan senang atau rasa kecewa yang muncul setelah melakukan perbandingan apa yang telah dirasakan dengan apa yang diharapkan (Kotler & Keller, 2019). dengan memenuhi keinginan pelanggan maka perusahaan akan memiliki nilai tambah yang diberikan oleh pelanggan yang merasa puas terhadap perusahaan tersebut, selain itu perusahaan akan diuntungkan dengan kesetiaan pelanggan yang terus percaya terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi landasan utama keberhasilan suatu perusahaan, termasuk dalam sektor transportasi umum. Pemahaman mendalam terhadap keinginan dan harapan pelanggan penting untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang memuaskan. Dengan memenuhi ekspektasi pelanggan, perusahaan tidak hanya mendapatkan nilai tambah, tetapi juga membangun kesetiaan pelanggan, yang merupakan aset berharga dalam dunia bisnis.

Peningkatan kualitas layanan dalam transportasi umum menjadi kunci strategis. Fokus pada aspek keamanan, keterjangkauan, dan sarana yang memadai adalah langkah-langkah penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan tingkat keamanan, terutama, dapat mengatasi persepsi rendah terkait dengan transportasi umum dan membuka pintu untuk kepercayaan masyarakat yang lebih besar. Dengan memprioritaskan peningkatan kualitas

pelayanan, transportasi umum dapat menjadi pilihan yang lebih menarik dan dapat diandalkan bagi masyarakat. Strategi ini bukan hanya untuk mengatasi masalah kemacetan, tetapi juga untuk membangun fondasi yang kokoh dalam mendukung mobilitas perkotaan yang berkelanjutan dan efisien. Peningkatan pada kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar terus dapat memberikan kenyamanan bagi masyarakat pengguna transportasi umum, dengan meningkatkan keamanan, keterjangkauan, dan dapat ditunjang dengan sarana yang memadai. Hingga saat ini transportasi umum masih diklaim memiliki tingkat keamanan yang rendah, maka dari itu dengan meningkatkan kualitas pelayanan merupakan strategi yang dapat dilakukan agar membuat masyarakat pengguna transportasi merasa puas sehingga strategi tersebut harus diutamakan.

## LITERATURE REVIEW

### 1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu keadaan yang selalu berubah di mana produk, jasa, dan lingkungan terlibat, dan di mana penilaian kualitas dilakukan saat pelayanan public diberikan. Perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu Perusahaan pelayanan yaitu harapan dan bagaimana kinerjanya dilihat oleh konsumen menentukan kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh konsumen (Vanessa & Prabantari, 2020a). Kualitas layanan adalah layanan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan, baik internal maupun eksternal. Ini mencakup semua sarana, prasarana perlengkapan dan keramahtamahan penyedia layanan, serta produk dan layanan yang mereka tawarkan. Kualitas layanan ditentukan oleh kinerja penyedia layanan, harapan pelanggan, dan evaluasi yang benar benar diterima (Nursasi & Yenita, 2023). Menurut Parasuraman et al. (1994) dalam (Zahara, 2020), kualitas layanan terbagi dalam lima dimensi yaitu keandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan tangibilitas.

Menurut Tjiptono (2005) dalam Rio Sasongko (2021) layanan didefinisikan sebagai upaya pemilik jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat sehingga memenuhi harapan pelanggan. Sasaran utama layanan transportasi adalah kepuasan pelanggan. Jika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan yang menggunakan suatu produk atau jasa dapat dipenuhi, kepuasan pelanggan dapat terjadi (Atha Syarif & Manggabarani, 2022). Konsumen melihat kualitas dalam suatu ruang lingkup yang berbeda dari produsen melihat kualitas produk. Kualitas layanan dimana keadaan fisik, fungsi, dan sifat layanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan melalui kepuasan ketika membayar sesuai nilai uang yang dikeluarkan (Loekito, 2023).

### 2. Kepuasan Pelanggan

Keputusan pelanggan adalah hasil dari perbandingan apa yang diharapkan dari suatu produk atau jasa dan apa yang terjadi saat menggunakan (Loekito, 2023). Tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan dikenal sebagai keputusan konsumen (Purwanto et al., 2019). Ketika kinerja memenuhi harapan, pelanggan senang, dan keputusan konsumen lebih baik daripada yang diantisipasi. Pengukuran seberapa puas atau tidak puasnya pelanggan dengan kualitas produk adalah kepuasan pelanggan (Riyadi, 2022).

Ketika seseorang membandingkan hasil produk dan membuat penilaian tentang produk atau jasa yang berkaitan dengan pemenuhan harapan dan kebutuhan pelanggan, kepuasan pelanggannya ditentukan oleh seberapa jauh seseorang mempersepsikan produk (Rizki & Prabowo, 2022). Kepuasan pelanggan tercipta karena adanya hubungan harmonis antar pelanggan dengan perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang yang muncul ketika kebutuhan dan keinginan seseorang dapat dipenuhi. Kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan menilai fitur barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan, dan kinerjanya sesuai atau melebihi harapan (Rio Sasongko, 2021).

### 3. Transportasi Umum

Transportasi umum merujuk pada kendaraan yang bergerak atau dikendalikan oleh manusia dan digunakan oleh masyarakat umum untuk berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Definisi ini mencakup berbagai jenis moda transportasi, seperti bus, kereta, trem, dan transportasi lainnya yang dapat digunakan oleh banyak orang (Supriyadi et al., 2020b). Transportasi umum menjadi tulang punggung mobilitas perkotaan, memfasilitasi pergerakan tidak hanya komoditas tetapi juga individu.

Kehadiran layanan transportasi umum bukan hanya sekadar sarana perpindahan, melainkan menjadi elemen kritis dalam memperlancar aktivitas harian masyarakat. Dengan memberikan aksesibilitas yang luas, transportasi umum berperan dalam meningkatkan efisiensi waktu perjalanan, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan kualitas hidup masyarakat (Nurhikmah et al., 2022).

### METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan studi literatur, dengan melalui metode literatur review yang focus pada manajemen pemasaran. Pendekatan ini dilakukan dengan proses literature review yang cermat, juga meninjau dari berbagai referensi yang relevan untuk mendukung dan menyusun dasar teoritis pada penelitian ini. Referensi yang digunakan dari sumber yaitu jurnal artikel dan e-book serta memastikan keberagaman sumber informasi dan akurasi data yang diperoleh. Tujuan utama tinjauan Pustaka dilakukan adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai elemen pendukung yang relevan dalam konteks manajemen pemasaran. Dengan adanya berbagai sumber referensi ini dapat memungkinkan peneliti dalam menggenggli wawasan yang mendalam dan luas terkait teori – teori yang menjadi dasar pada penelitian. Dalam metodologi, asumsi metodologis dipegang untuk memastikan konsistensi dan keakuratan hasil penelitian.

Dalam penelitian kualitatif dengan metode literature review memiliki peran eksploratif yang signifikan. Penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memahami konteks dan perkembangan saat ini dalam bidang tersebut. Pilihan menggunakan literature review secara induktif menunjukkan kehati – hatian dalam menarik kesimpulan, sekaligus memastikan bahwa penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman konseptual dan praktis dalam manajemen pemasaran. Keseluruhan, pendekatan kualitatif dan studi literatur menjadi landasan yang kokoh untuk mendalami aspek – aspek teoritis yang mendasari penelitian. (Sasongko, 2021)

Pemilihan transportasi umum di Kawasan Jakarta sebagai subjek penelitian, pemilihan tersebut berpusat pada pertumbuhan populasi, perubahan mobilitas, infrastruktur transportasi yang ada, kebutuhan masyarakat akan transportasi yang efisien, serta tantangan kota metropolitan yang padat penduduk, sering mengalami kemacetan lalu lintas dan kepadatan transportasi umum. Meneliti transportasi umum di Jakarta dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana system transportasi dapat ditingkatkan untuk mrngatasi masalah mobilitas dan menciptakan solusi yang lebih efisien bagi warga kota. Factor seperti pelayanan, kenyamanan, dan kemudahan dalam menggunakan transportasi umum menjadi focus penelitian yang relevan dalam hal ini.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Kualitas Layanan Sebagai Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi et al. (2020b) menyajikan temuan yang signifikan terkait pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor transportasi umum. Analisis mereka menggambarkan bahwa pengalaman pengguna transportasi umum sangat dipengaruhi oleh berbagai aspek kualitas, termasuk produk, layanan, dimensi emosional, harga, dan biaya. Dalam penggunaan transportasi umum, pelanggan secara langsung merasakan dampak kualitas layanan yang diberikan. Transportasi umum yang berhasil menjaga standar kualitas baik dalam hal produk, melibatkan kendaraan yang handal dan fasilitas yang memadai, hingga aspek

layanan yang memperhatikan kebutuhan pelanggan, membentuk fondasi yang kokoh untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Setiap interaksi dengan transportasi umum menjadi peluang untuk menciptakan pengalaman positif, yang pada gilirannya membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Hasil penilaian yang mencakup berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh Vanessa & Prabantari (2020), menunjukkan bahwa pelanggan memberikan penilaian positif terhadap transportasi umum yang memberikan layanan yang baik. Kualitas produk yang terjaga, pelayanan yang ramah, aspek emosional yang terjalin baik, harga yang wajar, dan biaya yang sesuai dengan manfaat yang diterima semuanya memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan transportasi umum.

Kualitas layanan pada transportasi umum sangat diperlukan karena berbagai alasan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Kualitas layanan yang baik meningkatkan kepuasan pengguna. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan transportasi umum. Pada kualitas layanan dari aspek assurance dimana pengetahuan dan keramahan karyawan, bersama dengan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan. Namun konsumen transportasi umum tidak selalu puas dengan layanan yang diberikan karena konsumen merasa penyedia layanan tidak selalu bersedia membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat (Syawalani et al., 2023). Masyarakat setuju bahwa memberikan informasi yang akurat, memberikan layanan sesuai dengan SOP, selalu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen, kebersihan fasilitas tempat menunggu dan transportasi yang nyaman dalam kualitas layanan transportasi memunculkan rasa kepuasan bagi penggunaannya meningkat (Atha Syarif & Manggabarani, 2022).

Pentingnya kepuasan pelanggan dalam dunia bisnis, khususnya dalam penyediaan layanan, tergambar jelas dalam pengaruhnya terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Sebuah penelitian yang dikutip oleh Zahara (2020) mengindikasikan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan layanan atau produk yang mereka terima memiliki kemungkinan besar untuk kembali sebagai konsumen setia. Ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya menciptakan transaksi satu kali tetapi juga membentuk hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Sejalan dengan temuan ini, dinyatakan bahwa peningkatan jumlah konsumen dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Perusahaan yang mampu memberikan layanan yang memuaskan pelanggan dapat meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam industri mereka (Zahara, 2020).

Pendorong utama meningkatnya kepuasan pelanggan adalah kenaikan kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan. Ini mencakup kemampuan perusahaan dalam menjadi handal, akurat, dan responsif dengan cepat terhadap kebutuhan pelanggan. Jaminan keselamatan, pelayanan dengan kesopanan, memberikan perhatian individu, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menyediakan fasilitas yang lengkap menjadi faktor-faktor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan (Yanwar & Herbayu, 2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perlu difokuskan pada peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan. Ini menciptakan lingkungan di mana pelanggan merasa dihargai dan didengar, sehingga membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan setia.

## **2. Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk komitmen dan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang didorong oleh faktor-faktor psikologis seperti kesadaran, persepsi kualitas, dan rasa kebanggaan. Seperti yang disebutkan oleh Rio Sasongko (2021), upaya untuk tetap setia pada suatu produk tercermin dalam tindakan nyata, yaitu pembelian ulang. Penelitian oleh Atha Syarif & Manggabarani (2022) menyoroiti hubungan erat antara kualitas

layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan berdampak positif pada tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, penurunan kualitas layanan menyebabkan penurunan kepuasan pengguna transportasi umum. Hubungan ini mencerminkan pentingnya kualitas layanan dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap suatu layanan.

Pentingnya kepuasan konsumen dalam memelihara loyalitas pelanggan semakin ditekankan. Peningkatan tingkat kepuasan konsumen, yang bersumber dari rasa puas karena layanan yang sesuai harapan, pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta pengalaman positif, dapat mendorong peningkatan tingkat loyalitas konsumen. Sebaliknya, jika kepuasan konsumen menurun, tingkat loyalitas konsumen juga cenderung menurun. Ini menegaskan bahwa untuk membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang setia, perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pemenuhan ekspektasi pelanggan (Atha Syarif & Manggabarani, 2022).

Ketertarikan antara keinginan, harapan, dan kebutuhan yang terpenuhi dapat dianggap sebagai ekspresi dari kepuasan terhadap apa yang dianggap sebagai harapan yang konsisten. Selain kualitas layanan, Kepuasan pelanggan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan. Perusahaan umumnya menganggap konsumen yang setia sebagai nilai yang penting untuk mendukung pertumbuhannya dan secara pasti mencari keberadaan mereka (Nurhikmah et al., 2022). Dalam konteks layanan transportasi umum, kepuasan pelanggan menjadi inti dari hubungan yang berkelanjutan antara penyedia layanan dan pengguna. Ketertarikan konsumen, yang mencakup keinginan, harapan, dan kebutuhan, mencerminkan kompleksitas dinamika pikiran pengguna ketika menggunakan layanan transportasi. Pemenuhan yang konsisten terhadap keinginan dan harapan, seiring dengan kebutuhan dasar yang terpenuhi, menciptakan pengalaman yang memuaskan. Pada gilirannya, kepuasan pelanggan berperan kunci dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Pengguna yang merasa puas dengan layanan transportasi umum cenderung menjadi pelanggan yang setia, yang tidak hanya kembali menggunakan layanan yang sama tetapi juga memberikan dukungan berkelanjutan kepada penyedia layanan. Perusahaan, dalam hal ini penyedia layanan transportasi umum, menganggap konsumen yang setia sebagai nilai yang penting, tidak hanya karena kontribusi finansial mereka tetapi juga karena stabilitas yang mereka bawa dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Oleh karena itu, upaya perusahaan untuk mencari dan mempertahankan konsumen yang setia mencakup peningkatan terus-menerus dalam kualitas layanan, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan merespons dinamika kebutuhan serta harapan pengguna. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dan loyalitas berfungsi sebagai pilar utama dalam menciptakan ekosistem transportasi umum yang berkelanjutan dan memuaskan bagi semua pihak yang terlibat.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika kompleks yang melibatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks layanan transportasi umum. Temuan penelitian menyoroti bahwa peningkatan kualitas layanan transportasi umum memiliki dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Aspek-aspek kritis dalam pengalaman pengguna, seperti kehandalan, kebersihan, ketepatan waktu, dan kenyamanan perjalanan, membentuk landasan untuk menciptakan kepuasan yang berkelanjutan. Kunci utama dalam pengembangan kepuasan pelanggan adalah pemenuhan atau bahkan melebihi harapan pengguna. Ketika pengguna merasakan bahwa layanan transportasi umum dapat memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten, ini menciptakan ikatan emosional positif yang memotivasi pengguna untuk memilih kembali layanan yang sama di masa depan. Faktanya, pengalaman positif ini membentuk dasar dari loyalitas pelanggan, di mana konsumen yang merasa puas dengan layanan transportasi umum cenderung tetap setia.

Loyalitas pelanggan, dalam konteks transportasi umum, mencakup kecenderungan pengguna untuk memilih layanan yang sama secara berulang dan memberikan dukungan berkelanjutan

kepada penyedia layanan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, konsumen yang setia dianggap sebagai nilai yang vital bagi perusahaan transportasi umum. Stabilitas finansial dan keterlibatan konsumen yang tinggi memperkuat posisi perusahaan di pasar. Oleh karena itu, kesimpulan utama dari penelitian ini adalah perlunya perusahaan transportasi umum untuk terus berfokus pada peningkatan kualitas layanan, mendengarkan dengan cermat umpan balik pelanggan, dan merespons secara aktif terhadap dinamika kebutuhan dan harapan pengguna. Strategi ini tidak hanya akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan, menciptakan ekosistem transportasi umum yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif pada mobilitas perkotaan secara keseluruhan.

## SARAN

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada analisis yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks layanan transportasi umum. Penelitian dapat memperluas fokusnya dengan melibatkan analisis mendetail terhadap aspek-aspek kunci, seperti kualitas produk, dimensi emosional, kebijakan harga, dan faktor biaya yang mungkin memainkan peran krusial dalam pengalaman pengguna. Selain itu, untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas dan representatif, peneliti dapat mempertimbangkan untuk melibatkan responden dari berbagai latar belakang. Mengakomodasi keragaman ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor tertentu dapat berpengaruh pada persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di antara kelompok-kelompok yang berbeda. Hal ini dapat mencakup perbedaan budaya, latar belakang ekonomi, atau demografi lainnya yang dapat memengaruhi persepsi dan harapan pengguna terhadap layanan transportasi umum.

Kemudian penelitian lain juga dapat menjelajahi dinamika perubahan dalam kebutuhan dan harapan pelanggan seiring waktu. Pengumpulan data dalam rentang waktu yang lebih panjang dapat memberikan gambaran yang lebih holistik tentang bagaimana preferensi pengguna terhadap layanan transportasi umum dapat berubah atau berkembang seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, atau teknologi. Dengan menggali lebih dalam ke dalam faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan melibatkan keragaman pengguna, penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih kaya dan kontekstual terhadap pemahaman tentang bagaimana perusahaan transportasi umum dapat meningkatkan layanan mereka untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna dengan lebih efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atha Syarif, F., & Manggabarani, A. S. (2022). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI KRL COMMUTER LINE*. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- KOTLER, P., & KELLER, K. L. (2019). *Marketing Management Global Edition 15*.
- Loekito, C. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT KONSUMEN TERHADAP PERSONAL BRANDING PADA HOTEL ATRIA GADING SERPONG, BANTEN*. 5, 94–99.
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Cahyaningrum, S., Putri, T., Asmarani, D., Damayanti, V., Thalitha, R. F., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GO-JEK): KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>
- Nursasi, H., & Yenita, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Angkutan Umum Transjakarta terhadap Persepsi Penumpang terkait Aksesibilitas dan Keselamatan Perjalanan (Rute Cibubur-BKN). *Warta Penelitian Perhubungan*, 35(1), 59–66. <https://doi.org/10.25104/warlit.v35i1.2235>
- Purwanto, E., Widarko, A., & Hufon, M. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*

- PADA PELANGGAN GRAB DI MALANG (STUDI PADA MAHASISWA KOS DI KELURAHAN TLOGOMAS MALANG)*. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Rio Sasongko, S. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Riyadi, M. E. Y. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN*.
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Indomie Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1543–1553. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Siska Andriani S, H. H. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UMUM TRANS BATAM*.
- Supriyadi, D., Manggabari, A. S., & Nastiti, H. (2020a). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UMUM JAK LINGKO DI JAKARTA SELATAN. In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1).
- Supriyadi, D., Manggabari, A. S., & Nastiti, H. (2020b). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UMUM JAK LINGKO DI JAKARTA SELATAN. In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1).
- Syawalani, D. D., Mahrinasari, & Nabila, N. I. (2023). *Pengaruh Penerapan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pengguna Jasa Mikrotrans di PT Transjakarta*. [tomtom.com](http://tomtom.com). (2022). *Jakarta traffic in 2022*.
- Vanessa, B., & Prabantari, K. (2020a). ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI TRANSJAKARTA. In *Jurnal Transaksi* (Vol. 12, Issue 1).
- Vanessa, B., & Prabantari, K. (2020b). ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI TRANSJAKARTA. In *Jurnal Transaksi* (Vol. 12, Issue 1).
- Yanwar, M. Y., & Herbayu, T. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SERASI AUTO RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i3.603>
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>