

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi keempat terbesar di dunia, yakni mencapai 281.603,8 ribu jiwa (BPS, 2024). Indonesia menempati urutan kedua di Asia Timur untuk tingkat urbanisasi setelah China (*World Bank*, 2015). Pada 2020, proporsi penduduk Indonesia yang tinggal di perkotaan mencapai 56,7%. Jumlah ini diperkirakan meningkat menjadi 66,6% pada 2035 dan 70% atau 220 juta jiwa pada 2045 (*World Bank* dalam Rosa et al., 2024). Urbanisasi mendorong peningkatan jumlah penduduk di perkotaan sehingga kota perlu menyediakan pelayanan publik yang optimal untuk memenuhi kebutuhan penduduknya (Noveria dalam Fikri dan Santoso (2024).

Pelayanan publik merupakan pemberian layanan kepada masyarakat sesuai aturan dan prosedur yang berlaku untuk mewujudkan kepuasan (Hardiyansyah, 2018). Kualitas Pelayanan publik dapat menjadi indikator kinerja pemerintah yang dapat dievaluasi langsung oleh masyarakat berdasarkan pemenuhan kebutuhan dan harapan masyarakat. Pelayanan yang profesional, efektif, efisien, dan akuntabel dapat menciptakan kesan positif terhadap kinerja pemerintah. Saat ini, ruang lingkup pelayanan publik mencakup berbagai hal, mulai dari kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, dan papan sampai berbagai layanan yang mendukung kegiatan sehari-hari, termasuk transportasi.

Transportasi berperan penting dalam mobilitas manusia dan menjadi bagian

utama dalam sistem kehidupan, pemerintahan, dan kemasyarakatan (Darmawan dalam Mayrisha, 2023). Menurut Miro (dalam Mayrisha, 2023), transportasi merupakan upaya memindahkan, menggerakkan, dan mendistribusikan sebuah objek ke lokasi yang berbeda untuk dapat memberikan nilai guna dan manfaat. Di Indonesia, Sistem Transportasi Nasional (Sistranas) memiliki tujuan untuk merealisasikan transportasi yang mampu beroperasi secara efektif dan efisien dalam mendukung dinamika pembangunan. Berdasarkan UU Nomor 22 Tahun 2009, lalu lintas dan angkutan jalan memiliki peran strategis dalam mendukung integrasi nasional dan memajukan kesejahteraan umum. Oleh karena itu, kota perlu mengintegrasikan sistem transportasi dalam kota dan regional untuk mendukung mobilitas penduduk (Nur et al., 2021).

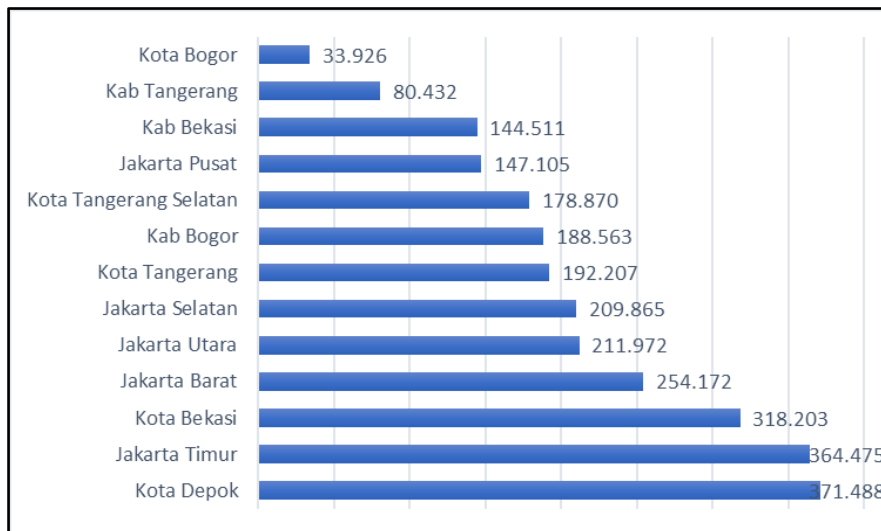
Jakarta memiliki peran strategis sebagai pusat aktivitas perekonomian dan pendidikan, turut memberikan pengaruh terhadap kota penyangganya, yaitu Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Bodetabek). Menurut Betts (dalam Suherman, 2016), kota penyangga merupakan daerah penunjang yang terletak di tepi kota besar. Peran Jakarta dapat berdampak pada meningkatnya aktivitas komuter, yaitu masyarakat yang melakukan perjalanan pulang-pergi antar kabupaten/kota dalam kurun waktu kurang dari satu hari. Aktivitas komuter menyebabkan peningkatan jumlah penduduk di tempat tujuan pada siang hari dan menurun pada malam hari (Zaky, 2019). Berdasarkan data dari Ditlantas Polda Metro Jaya, pada siang hari, penduduk Jakarta dapat mencapai 13 juta, tetapi pada malam hari hanya 9 juta (Sandi, 2022). Jumlah perjalanan Harian Bodetabek ke Jakarta dari tahun ke tahun semakin meningkat yang ditunjukkan pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Perjalanan Per Hari Bodetabek ke Jakarta

Tahun	Perjalanan Per Hari
2002	700 ribu
2010	1,5 juta
2018	20,02 juta

Sumber : Diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.1. tercatat bahwa pada tahun 2002 jumlah perjalanan harian hanya mencapai 700 ribu. Jumlah tersebut terus menunjukkan peningkatan menjadi 1,5 juta pada tahun 2010 dan terus meningkat hingga mencapai 20,2 juta pada tahun 2018. Sementara itu, arus komuter Bodetabek menuju Jakarta berdasarkan kota atau kabupaten dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Arus Komuter Jabodebek menuju Jakarta Tahun 2023

Sumber : Badan Pusat Statistika, 2024

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh BPS tahun 2024 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1, Kota Depok tercatat memiliki tingkat komuter tertinggi menuju Jakarta dibandingkan dengan wilayah lainnya dengan presentase 13,78%, diikuti oleh Jakarta Timur (13,52%), Kota Bekasi (11,80%), Jakarta Barat (9,43%),

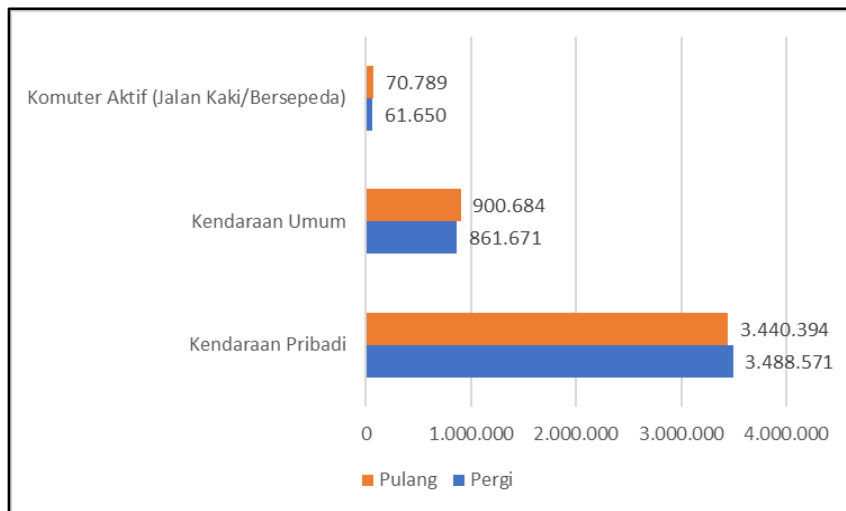
Jakarta Utara (7,86%), Jakarta Selatan (7,79%), Kota Tangerang (7,13%), Kab. Bogor (6,99%), Kota Tangerang Selatan (6,64%), Jakarta Pusat (5,46%), Kab Bekasi (5,36%), Kab Tangerang (2,98%), dan terakhir Kota Bogor (1,26%). Adapun kegiatan utama yang melatarbelakangi masyarakat melakukan kegiatan komuter dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Komuter Jabodetabek Menurut Tempat Tinggal dan Kegiatan Utama Komuter Tahun 2023

Tempat Tinggal	Kegiatan Utama Komuter		Jumlah
	Bekerja	Sekolah/Kuliah/ Kursus (%)	
DKI Jakarta	1.272.627 (35,20%)	296.422 (37,04%)	1.569.049
Bogor	563.890 (15,06%)	150.621 (18,82%)	714.511
Bekasi	662.485 (18,33%)	137.259 (17,15%)	799.744
Kota Depok	399.268 (11,05%)	86.087 (10,76%)	485.355
Tangerang	716.403 (19,82%)	129.912 (16,23%)	846.315
JABODETABEK	3.614.673 (81,9%)	800.301 (18,1%)	4.414.974

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

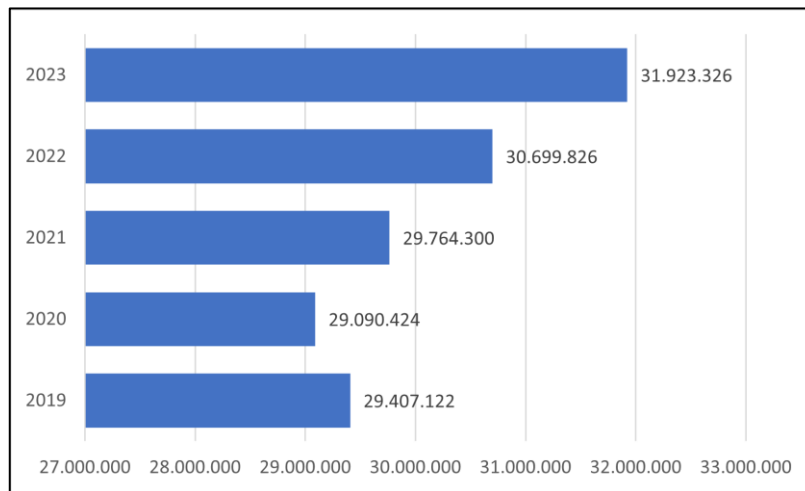
Berdasarkan tabel 1.2, terdapat 2 (dua) kegiatan utama komuter Jabodetabek, yaitu bekerja (81,9%) dan sekolah/kuliah/kursus (18,1%). Aktivitas komuter yang dilakukan oleh masyarakat dari kota penyangga menuju Jakarta ini dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi regional, tetapi disisi lain dapat menjadi penyebab kemacetan dan peningkatan jumlah kebutuhan transportasi (Lathifah, 2023). Aktivitas komuter dilakukan dengan memanfaatkan berbagai moda transportasi, termasuk kendaraan pribadi, transportasi umum, dan jalan kaki.



Gambar 1. 2 Moda Transportasi yang Digunakan Komuter Jabodetabek 2023

Sumber : GoodStats, 2024

Survei komuter Jabodetabek 2023 yang ditampilkan pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa sebanyak 79,02% komuter menggunakan kendaraan pribadi untuk pergi dan 77,93% untuk pulang; transportasi umum memiliki proporsi 19,52% untuk perjalanan pergi dan 20,40% untuk perjalanan pulang; dan yang memilih untuk berjalan kaki atau menggunakan sepeda <2% komuter. Hal ini mencerminkan preferensi komuter Jabodetabek terhadap kendaraan pribadi karena transportasi umum dinilai kurang efisien dan kurang aman sehingga mendorong peningkatan kepemilikan kendaraan pribadi untuk memenuhi kebutuhan mobilitas (GoodStats, 2024). Selain itu, sejumlah kebijakan di era Presiden Joko Widodo, seperti kebijakan subsidi kendaraan listrik, Pembebasan pajak PPnBM untuk mobil baru, pembangunan infrastruktur, dan kemudahan akses kredit turut berkontribusi atas meningkatnya pembelian kendaraan pribadi (CNN Indonesia, 2024).



Gambar 1. 3 Jumlah Kendaraan Pribadi di Jabodetabek Rentang Tahun 2019-2023

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Berdasarkan data yang dirilis oleh BPS pada gambar 1.3, jumlah kendaraan pribadi di Jabodetabek dalam rentang tahun 2019 – 2023 didominasi oleh tren peningkatan. Jumlah kendaraan pribadi di Jabodetabek meningkat dari 29.407.122 pada tahun 2019 menjadi 31.923.326 kendaraan pada tahun 2023 meskipun sempat menurun pada tahun 2020 menjadi 29.090.424. Peningkatan kendaraan pribadi di wilayah Jabodetabek berkontribusi terhadap semakin parahnya tingkat kemacetan, terutama di Jakarta dari waktu ke waktu. Menurut *Global Traffic Scorecard 2023* yang dirilis INRIX, Jakarta menempati urutan ke-10 dan naik menjadi peringkat ke-7 pada tahun 2024 sebagai kota termacet di Dunia (Damiana, 2025). Kemacetan dan ketidaktertiban ini menunjukkan permasalahan transportasi yang mendesak untuk segera ditangani.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penyediaan transportasi publik yang aman, nyaman, dan terjangkau guna mengurangi kemacetan dan polusi udara di Jakarta dan kota penyangganya (Kementerian Perhubungan, 2024). Untuk mengatasi masalah integrasi transportasi di Jabodebek, pemerintah membangun

Light Rail Transit (LRT) Jabodebek sebagai bagian dari Proyek Strategis Nasional (PSN) sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2017 dan diturunkan dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 25 Tahun 2023. Proyek LRT dijalankan oleh Kementerian Perhubungan dan didukung oleh Kementerian lain, seperti BUMN dan semua elemen masyarakat. Beberapa perusahaan BUMN yang terlibat dalam proyek ini, yaitu PT KAI, PT ADHI Karya, PT INKA, dan PT LEN (Kemenhub RI, 2023).

LRT Jabodebek telah dioperasikan sejak tahun 2023 dan dirancang terintegrasi dengan moda lain, termasuk Transjakarta, KRL, jaklingko, MRT Jakarta, Trans Patriot, dan Kereta Cepat Jakarta-Bandung. Untuk pembangunan LRT di Bogor rencananya baru akan dibangun pada tahun 2026. LRT Jabodebek menjamin keamanan pengguna dengan inovasi sistem *Communication Based-Train Control* (CBTC) atau dengan kata lain dioperasikan tanpa menggunakan masinis, tetapi perjalanannya tetap didampingi oleh *Train Attendant* yang akan memberikan pelayanan kepada pengguna dan penanganan dalam kondisi darurat.

KRL dan LRT merupakan moda transportasi berbasis rel yang berada di bawah pengelolaan PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Terdapat beberapa perbedaan diantara keduanya, yaitu LRT menggunakan sistem CBTC yang membantu pengaturan jarak antar-kereta agar lebih konsisten dan minim gangguan, sedangkan KRL menggunakan sistem konvensional dengan masinis sehingga risiko *human error* lebih tinggi. Kemudian, dari segi fasilitas di stasiun, LRT dilengkapi dengan *Platform Screen Door* (PSD) di setiap stasiun untuk mencegah terjatuhnya penumpang dari peron, sedangkan KRL tidak menggunakan PSD. Untuk fasilitas

di kereta, LRT lebih modern dari segi desain dan kursinya serta lebih bersih dibandingkan dengan KRL. Lalu, Rute KRL lebih luas di mana memiliki 80 stasiun di Jabodetabek dengan kecepatan mencapai 100 km/jam, sedangkan LRT kecepatannya dibatasi maksimum 80 km/jam. Selain itu, KRL beroperasi mulai pukul 04.00 - 00.00 dan LRT Jabodebek 05.22 - 22.53 (Dwi, 2023).

LRT Jabodebek telah beroperasi di 18 stasiun yang terbagi dalam dua lintas pelayanan, yaitu Bekasi *Line* yang melayani 14 perhentian dan Cibubur *Line* yang melayani 12 perhentian menuju stasiun Dukuh Atas. Berbeda dengan KRL yang 1 *trainset* nya terdiri dari 12 gerbong dengan kapasitas 2.000 orang per rangkaian dan jumlah perjalanan mencapai 1.063 per hari, LRT Jabodebek dalam 1 *trainset* hanya terdiri dari 6 gerbong dengan kapasitas 740 - 1.308. Pada tahun 2025, tercatat bahwa telah beroperasi 24 *trainset* LRT Jabodebek pada hari libur dan penambahan 2 *trainset* pada hari kerja sehingga menjadi 26 *trainset* dengan total perjalanan 430 pada hari kerja dan 398 pada hari libur (Tempo.co, 2025). Perbedaan kapasitas KRL dan LRT dipengaruhi ukuran gerbong KRL yang lebih panjang dan tinggi dibanding LRT.

Berdasarkan data yang dirilis oleh LRT Jabodebek di laman resmi instagramnya, jumlah penumpang LRT pada periode 2023 - 2024 mengalami kenaikan dari 4.554.751 menjadi 21.055.870. Adanya peningkatan jumlah pengguna membuat pihak pengelola LRT Jabodebek berencana untuk terus menambah jumlah rangkaian mencapai 28 dengan tujuan untuk mengurangi *headway* dari yang awalnya 8-12 menit pada hari kerja dan 12-19 menit pada *weekend* menjadi 6-7 menit. Waktu tunggu kedatangan kereta LRT Jabodebek tidak

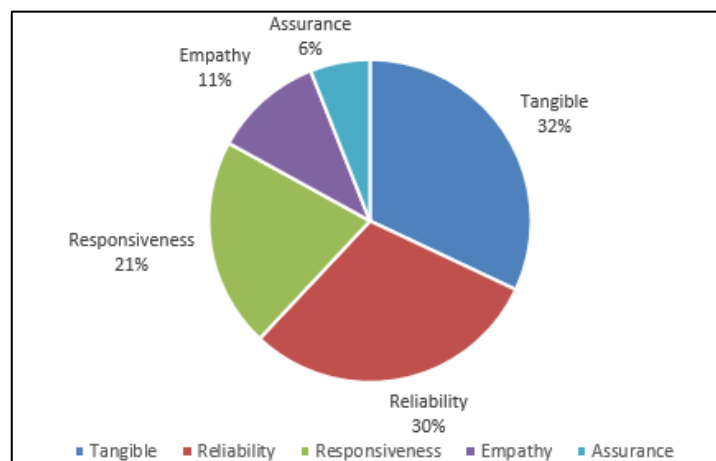
mengalami perbedaan, baik jam sibuk maupun diluar jam sibuk, berbeda dengan KRL yang menambah frekuensi perjalanan pada jam sibuk. *Headway* KRL untuk lintas Bogor, Cikarang, dan Tangerang pada jam sibuk 5-10 menit dan diluar jam sibuk 10 - 15 menit; untuk lintas Rangkasbitung pada jam sibuk 10-15 menit dan diluar jam sibuk 15-20 menit; dan untuk lintas Tanjung Priok stabil 20-30 menit.

Sejak awal operasionalnya, LRT Jabodebek mendapatkan respon positif. Dilansir dari laman Investor.id, pengguna merasa senang karena LRT dapat menjangkau area luar Jakarta dan menjadi alternatif baru transportasi publik selain KRL dan Transjakarta sehingga kepadatan pengguna tidak terfokus pada satu moda transportasi saja (Investor Daily, 2023). Survei kepuasan penumpang tahun 2024 mencatat bahwa LRT Jabodebek memperoleh skor CSI sebesar 4,29 dari skala 5 atau 83,68% yang menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi (Utama dan Alizar, 2024). Namun, hasil analisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) mengindikasikan adanya beberapa aspek layanan yang belum memenuhi ekspektasi pengguna, seperti kebersihan gerbong, sistem keamanan, kelancaran pelayanan, respon terhadap keluhan, pemahaman staf terhadap kebutuhan dan prioritas kepentingan penumpang, kemampuan mengatasi masalah, keakuratan waktu kedatangan dan keberangkatan, dan konsistensi layanan.

Selaras dengan temuan di atas, hingga tahun 2025 masih terdapat sejumlah keluhan dari pengguna atas Kualitas Pelayanan LRT Jabodebek. Padahal, kualitas pelayanan yang berkualitas merupakan faktor kunci dalam memberikan nilai tambah bagi pengguna, meningkatkan daya saing penyedia layanan, dan menarik banyak pengguna dalam jangka panjang (Zeithaml et al., 1996). Menurut Lupiyoadi

(2001), Kualitas Pelayanan diukur dari tingkat kesesuaian antara ekspektasi dengan persepsi atribut layanan yang diterima. Apabila harapan terpenuhi, pengguna berpotensi untuk melakukan penggunaan ulang dan merekomendasikan kepada pihak lain. Sebaliknya, ketika kualitas layanan yang dirasakan lebih rendah dibandingkan layanan yang diharapkan maka pengguna akan merasa kecewa dan berpotensi meninggalkan layanan tersebut (Ekonomi & Kanjuruhan dalam Mayrisha, 2023). Parasuraman et al. (1988) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa dimensi yang perlu diperhatikan oleh pengelola layanan dalam memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pengguna, yaitu *Reliability*, *Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Pengguna LRT Jabodebek dapat menyampaikan keluhan melalui sosial media resmi LRT Jabodebek, seperti Instagram @lrt_jabodebek. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari komentar pengguna, ditemukan lebih dari 256 keluhan yang mayoritas berkaitan dengan Kualitas Pelayanan. Terdapat 91% sentimen negatif dan 9% sentimen positif.



Gambar 1. 4 Sentimen Negatif LRT Jabodebek
Sumber : Instagram (2025), Telah Diolah Kembali

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa dalam Kualitas Pelayanan, *tangible* (bukti

fisik) masih menjadi permasalahan utama, pengguna mengatakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh pihak LRT Jabodebek kurang berfungsi dengan baik, seperti eskalator dan lift yang *maintenance* terlalu lama atau rusak dan AC mati. Sentimen negatif selanjutnya diikuti *reliability* (keandalan), pengguna mengatakan bahwa *headway* (jeda waktu antar kereta) terlalu lama dan tidak konsisten bisa lebih dari 15 menit di hari kerja di mana seharusnya maximal *headway* adalah 12 menit. Selain itu, kereta sering telat dan tidak sesuai dengan jadwal yang sudah dipublikasi, salah satunya disebabkan oleh gangguan serta informasi terkait layanan waktu kedatangan kereta yang berada di stasiun sering berubah-ubah di monitor sehingga tidak akurat; *responsiveness* (responsivitas), pengguna mengeluhkan bahwa lambatnya informasi terkait gangguan dan keterlambatan baik di media sosial maupun pengumuman secara langsung melalui speaker, yaitu lebih dari 15 menit. Artinya, tidak sesuai dengan Standar Pelayanan Minimum Permenhub No. 63/2019, akibatnya ada ibu hamil yang berkali-kali berpindah peron karena informasi yang tidak jelas dari petugas dan keluhan yang tidak cepat ditanggapi oleh pihak LRT; *empathy* (empati), pengguna mengeluhkan petugas yang kurang aktif mencarikan tempat duduk untuk pengguna prioritas dan saat terjadi gangguan, petugas LRT Jabodebek ada yang lebih sibuk mengobrol dibandingkan memperhatikan dan membantu pengguna kebingungan serta tidak pro-aktif bertanya kepada pengguna yang terlihat membutuhkan bantuan; dan terakhir ada *assurance* (Jaminan) terkait petugas yang bersikap kurang ramah kepada pengguna¹. Tabel 1.3 di bawah

¹ Penulis mengolah data dengan menghimpun komentar mengenai Kualitas Pelayanan di excel. Setelah itu, dibantu oleh *claude.ai* untuk menganalisis sentimen positif dan negatif berdasarkan komentar tersebut.

merupakan keluhan pengguna terkait Kualitas Pelayanan LRT Jabodebek :

Tabel 1. 3 Keluhan Pengguna Terhadap Kualitas Pelayanan LRT Jabodebek

No	Tanggal	Keterangan
1	2 Januari 2025	PAM LRT kurang sigap menangani penumpang prioritas yang belum mendapat bangku, lebih memilih menegur pengguna di bangku non-prioritas, sehingga mengganggu kenyamanan.
2	13 Januari 2025	<i>Headway</i> di jam sibuk masih belum ada perubahan, padahal udah dikeluhkan dari tahun lalu. Dari Cikunir 1 sudah padat, di kereta sesak, ongkos mahal tapi rasa KRL. <i>Peak hour</i> harusnya 5–6 menit, bukan dipukul rata 11 menit terus
3	18 Januari 2025	LRT dari Jatimulya ke Dukuh Atas Jam 5:33 jalannya ndut - ndutan. Sering banget berhenti di tengah jalan, apakah keretanya belum panas?
4	18 Januari 2025	Kenapa setiap hujan selalu gangguan? sudah 2 kali trouble dihari ini.
5	18 Januari 2025	Pagi ini LRT Harjamukti - Dukuh Atas banyak penumpang kejeput karena pintu terlalu cepat menutup padahal penumpang belum selesai naik/turun
6	24 Januari 2025	Petugas di Stasiun Kampung Rambutan malah asik ngobrol di <i>gate</i> . Ibu hamil disuruh bolak-balik pindah peron gara-gara gak dikasih info
7	4 Februari 2025	Transportasi publik dengan komunikasi publik terburuk. Instagram gak pernah dipakai buat inforin gangguan/ <i>maintenance</i> . Udah sering ada gangguan, tapi staff diem aja, gak kasih info ke penumpang, begitupun keluhan lain yang tidak ditanggapi.
8	4 Februari 2025	Di Stasiun Ciracas gak ada eskalator/ <i>lift</i> yang nyala ke arah peron. Kasihan ibu hamil, lansia, dan disabilitas harus naik turun tangga.
9	5 Februari 2025	Keluhan saya melalui DM instagram tidak direspon dan terkesan angkat tangan serta tidak peduli dengan kenyamanan pengguna LRT Kalo bisa dinilia mungkin hanya 2/5, <i>you all need to back</i> kalo menanggapi keluhan, tapi kalo keluhan secaa <i>offline</i>

No	Tanggal	Keterangan
		lebih baik, petugas ramah dan cekatan.
10	15 Februari 2025	Tolong tambah jadwal di jam sibuk. Pagi-pagi gak bisa masuk kereta karena udah penuh. Ini kejadian terus. <i>Headway</i> 11 menit kelamaan, tarif mahal tapi serasa KRL.
11	15 Februari 2025	LRT Harjamukti yang sekarang sedang jalan apakah lagi gangguan? karena dari tadi gak jalan, berhenti mendadak, bikin kesiangan. Ngeri ya, saya mau turun di Rambutan aja tidak mau lanjut, dari datang juga sudah telat.
12	11 Maret 2025	Waktu <i>Peak Hour</i> AC mati se gerbong, panas banget, kasian yang berdiri
13	19 Maret 2025	AC di dalam kereta tidak terasa bikin panas dan eskalator di Kampung Rambutan sudah rusak berbulan-bulan.
14	29 Maret 2025	Tolong lebih diperhatikan kenyamanan khususnya AC nya pada saat jam berangkat kerja 7-8 oagi atau 5-6.30 sore karena tidak berasa lebih seperti bus non-ac tuh
15	30 Maret 2025	AC nya udah ga dingin banget kadang ga berasa
16	9 April 2025	Pada hari selasa, saya menggunakan LRT dari Bekasi Timur ke Dukuh Atas, tetapi saat d stasiun Cawang, LRT nya berhenti, mohon menjadi perhatian supaya tdak sering terulang
17	14 April 2025	LRT Jatibening setiap hari eskalatornya mati terus dan posisi liftnya jauh di ujung, sisanya tangga. Masalah ini udah terjadi dari saya hamil 6 bulan sampai sekarang saya mau 8 bulan setiap hari kerja eskalator, emang perbaikannya berapa lama?
18	15 April 2025	Eskalator LRT Jatibening selalu perbaikan pas saya nanya petugas malah disuruh untuk telepon ke 121 biar dipercepat perbaikannya. Petugas LRT gaada inisiatif gitu untuk mempercepat? Luar biasa.
19	2 Mei 2025	Lift antri panjang sama yang bukan prioritas, ibu hamil ikut antri dari belakang padahal lift tersebut

No	Tanggal	Keterangan
		merupakan haknya, tidak ada <i>security</i> yang standby
20	4 Mei 2025	Petugasnya kurang tegas pada saat melihat pengguna yang tidak teratur saay mengantri, di dalam gerbong juga kalau ada yang mengobrol dengan suara keras dibiarkan saja.

Sumber : Instagram LRT Jabodebek (2025), Telah Diolah Kembali

Keluhan pada tabel 1.3 sebenarnya sudah disampaikan sejak tahun lalu, tetapi belum mendapatkan tanggapan yang memuaskan. Selain itu, dikutip dari laman Liputan6.com, banyak pengguna LRT Jabodebek yang mengungkapkan ketidaknyamanan terkait pintu LRT yang terlalu pendek sehingga pengguna dengan tinggi badan 80 cm harus menunduk saat keluar-masuk atau berpindah antar sambungan. Pengguna sering membandingkan dengan pintu MRTJ dan LRTJ yang tidak sependek LRT Jabodebek (Henry, 2023) . Kemudian, Gangguan operasional pada LRT Jabodebek seringkali terjadi dan menjadi sorotan publik. Salah satu gangguan terparah terjadi pada sabtu, 25 Oktober 2025.



Gambar 1. 5 Proses Evakuasi Pengguna LRT Jabodebek

Sumber: Tangkapan Layar TikTok febbyapeliaa

LRT Jabodebek mengalami gangguan operasional diseluruh layanan yang menyebabkan 653 pengguna harus dievakuasi dengan cara berjalan di sisi lintasan (*walkway*) untuk dapat mencapai stasiun terdekat. Dilansir dari Kompas.com,

evakuasi dipimpin oleh petugas, tetapi berjalan di *walkway* tidak mudah karena mengingat jarak antara rel dan *walkway* tinggi sehingga sangat berisiko pengguna jatuh (Ayu dan Bustomi, 2025). Meskipun prosedur evakuasi pengguna prioritas menggunakan troli, tetapi video yang beredar di media sosial menunjukkan masih ada pengguna prioritas, yaitu ibu yang menggendong anak tetap berjalan di *walkway* sehingga sangat berisiko jatuh karena masalah keseimbangan. Keluhan pengguna LRT Jabodebek terkait Kualitas Pelayanan yang dilaporkan melalui media sosial dan berita, seperti Liputan6.com dan instagram bersifat subjektif dan belum terverifikasi secara empiris untuk mewakili pandangan seluruh pengguna.

Persepsi positif yang terbentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan akan berkontribusi pada terciptanya kepuasan pengguna. Kepuasan Pengguna merupakan respon emosional setelah pengguna membandingkan ekspektasi dengan kinerja layanan yang diterimanya (Oliver, 1980). Apabila layanan yang diberikan sesuai bahkan melebihi ekspektasi maka dapat dikatakan pengguna puas atau terjadi konfirmasi dan diskonfirmasi positif. Sebaliknya, apabila harapan pengguna tidak terpenuhi maka pelanggan tidak puas atau diskonfirmasi negatif.

Kepuasan Pengguna pada akhirnya dapat mendorong *Behavioral Intention*, yaitu niat atau kecenderungan konsumen untuk mengambil tindakan tertentu di masa depan (Schiffman et al. dalam Wibowo, 2017). Dalam konteks transportasi publik, Kualitas Pelayanan menjadi faktor krusial yang dapat memengaruhi kepuasan. Kepuasan terhadap layanan LRT Jabodebek dapat meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan LRT secara berkelanjutan bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Zeithaml et al. (1996) menjelaskan bahwa

Kualitas Pelayanan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan memiliki konsekuensi terhadap perilaku pelanggan. Pengguna yang merasa puas akan menunjukkan *favorable Behavioral Intention*, sedangkan pengguna yang tingkat kepuasannya rendah menunjukkan *unfavorable Behavioral Intention*. Oleh karena itu, pengelola LRT Jabodebek perlu menanggapi keluhan terkait Kualitas Pelayanan secara cepat dan tepat. Berdasarkan fakta dan data yang telah dipaparkan di atas maka *Research Question* penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Pelayanan Memengaruhi *Behavioral Intention* yang tercermin dari Kepuasan Pengguna?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Pengguna *Light Rail Transit* (LRT) Jabodebek”.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada fakta yang telah dipaparkan di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini terkait Kualitas Pelayanan, meliputi:

1. Terkait *Reliability*, masih terjadi masalah terkait ketidaksesuaian waktu keberangkatan dengan jadwal yang sudah dipublikasikan, waktu tunggu antar kereta tidak konsisten, dan kereta yang seringkali mengalami gangguan operasional.
2. Terkait *Tangible*, fasilitas yang disediakan oleh pihak LRT Jabodebek di stasiun dan di dalam kereta berupa eskalator, lift, dan AC tidak berfungsi secara optimal serta maintenance dalam waktu yang sangat lama. Selain itu, kebersihan di dalam gerbong kereta juga kurang.
3. Terkait *Responsiveness*, pengguna LRT Jabodebek mengeluhkan lambatnya

informasi mengenai keterlambatan atau gangguan oleh petugas, baik secara langsung maupun di media sosial. Keluhan pengguna juga tidak di respon dengan cepat, terutama keluhan secara *online*.

4. Terkait *Assurance*, petugas LRT yang bersikap kurang ramah kepada pengguna.
5. Terkait *empathy*, petugas yang kurang aktif dalam membantu pengguna prioritas, seperti mencarikan bangku prioritas dan tidak aktif menawarkan bantuan atau bertanya kepada pengguna yang terlihat kebingungan.

1.3 Rumusan Masalah

Berangkat dari permasalahan yang sudah diuraikan di latar belakang maka rumusan masalah yang peneliti ajukan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek?
3. Apakah Kepuasan Pengguna berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek?

1.4 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek.

2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebe.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a). Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi keilmuan administrasi publik dan sumbangan konseptual untuk perkembangan studi manajemen publik, terutama dalam menggali dan memahami sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel *Intervening* serta dapat menjadi acuan dan referensi untuk penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi pemikiran dan membantu mengidentifikasi berbagai masalah pada layanan. Selain itu, temuan penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengelola LRT Jabodebek dalam upaya meningkatkan Kualitas Pelayanan agar dapat meningkatkan Kepuasan Pengguna dan *Behavioral Intention*.

b) Bagi Penulis

Penelitian ini juga menjadi sarana pembelajaran bagi penulis dalam mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik di lapangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pengembangan kemampuan analisis, khususnya terkait pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel *Intervening*.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 4 State Of Art

No	Peneliti/Tahun/ Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Donna Azzahra, Budi Priyono. (2023) <i>Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship</i> “Pengaruh Ketersediaan Informasi KRL Access dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan KRL Commuter Line di Jabodetabek”.	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel informasi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KRL Jabodetabek secara parsial dan simultan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Sholeh & Wahyudi dalam Mega Aswiputri (2022), sistem informasi manajemen memiliki empat indikator yang terdiri dari 1) tingkat akurasi, 2) Ketepatan waktu penyampaian informasi, 3) kesesuaian informasi dengan permintaan, dan 4) informasi lengkap. 2. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019), indikator Kualitas Pelayanan terdiri dari 1) berwujud, 2) keandalan, 3) ketanggapan, 4) jaminan dan kepastian, dan 5) empati. 3. Tjiptono dalam Indrasari (2019) menyatakan bahwa Kepuasan Pengguna dapat diukur melalui 1) kesesuaian harapan, 2) minat berkunjung kembali, dan 3) kesediaan merekomendasikan. 	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa Ketersediaan Informasi dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan KRL Jabodetabek baik secara parsial maupun simultan
2	Priyanto Susiloadi, Vivie	Menganalisis apakah	1. Sejumlah indikator dapat	Kuantitatif	Hasil Pengujian hipotesis

	<p>Silvania Intan Nirmala. (2022)</p> <p>Jurnal Administrasi Publik</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Jogja-Solo”</p>	<p>Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pengguna memengaruhi Kepuasan Pelanggan KRL Jogja – Solo.</p>	<p>digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan (Parasuraman dalam Halim, 2017): (1) <i>Reliability</i>, (2) <i>Tangible</i>, (3) <i>Responsiveness</i>, 4) <i>Assurance</i>, 5) <i>Empathy</i></p> <p>2. Irawan (2008) mengemukakan kepuasan pelanggan dapat diukur melalui 1) Perasaan Puas, 2) Selalu Membeli Produk, 3) Merekomendasikan Kepada Orang Lain, 4) Harapan yang terpenuhi</p>		<p>menunjukkan kualitas dan pengalaman pengguna secara parsial dan simultan mampu memengaruhi Kepuasan Pengguna. Penilaian Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari bagaimana pegawai memberikan pelayanan kepada pengguna selama perjalanan.</p>
3	<p>Nurul Hidayati, , Masjraul Hidayata, Marthaleina Rumindaa, Lira Agusintaa, Prasadja Ricardianto. (2021)</p> <p>Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)</p> <p>“Loyalitas dan Kepuasan Penumpang Pada Mass Rapid Transit”</p>	<p>Untuk menguji pengaruh langsung kualitas dan <i>webqual</i> terhadap kepuasan penumpang, Kualitas Pelayanan dan <i>webqual</i> terhadap loyalitas penumpang, Kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang; Kualitas dan <i>webqual</i> secara simultan memengaruhi kepuasan penumpang; Kualitas Pelayanan, <i>webqual</i>, dan</p>	<p>1. Zeithaml dan M.J. Bitner dalam Tjiptono (2008 : 58 - 69) menyebutkan Kualitas Pelayanan dapat diukur melalui (1) <i>Tangibles</i>, (2) <i>Reliability</i>, (3) <i>Responsiveness</i>, (4) <i>Assurance</i>, (5) <i>Empathy</i>.</p> <p>2. Menurut Teori Kotler dan Keller (2016 : 650), terdapat lima indikator dalam kepuasan pelanggan, yaitu: 1) <i>Satisfaction</i>, 2) <i>Repeat Purchase</i> 3) <i>Word Of Mouth</i>, 4) <i>Evangelism</i>, 5) <i>Ownership</i></p>	Kuantitatif	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan dan <i>webqual</i> terhadap kepuasan; Kepuasan terhadap loyalitas. Namun, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas. Kepuasan penumpang tidak berhasil menjadi variabel mediasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas, tetapi berhasil menjadi mediasi</p>

		kepuasan penumpang secara simultan mempengaruhi loyalitas.			antara Webqual terhadap Loyalitas Konsumen.
4	Defani Risti Mayrisha. (2023) Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku) Pengguna Mikrotrans Jaklingko di DKI Jakarta”	Menganalisis apakah Kualitas Pelayanan memengaruhi <i>Behavioral Intention</i> pada pengguna mikrotrans Jaklingko di Jakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tjiptono (2011) merumuskan lima dimensi <i>Behavioral Intention</i>, yaitu: (1) <i>Loyalty to the company</i>; (2) <i>Propensity to switch</i>; (3) <i>Willingness to pay more</i>; (4) <i>External response to problem</i>, (5) <i>Internal respons to problem</i> 2. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1988) terdapat dimensi SERVQUAL dapat digunakan untuk mengevaluasi Kualitas Pelayanan. 	Kuantitatif	Variabel Kualitas Pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> pengguna Mikrotrans Jaklingko.
5	Ade Riski, Megawati. (2025) MDP <i>Student Conference</i> (MSC) 2025 “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Kereta Eksekutif Kota Palembang”	Menganalisis apakah kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. KAI kelas eksekutif di kota Palembang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019), terdapat lima indikator Kualitas Pelayanan, yaitu: 1) berwujud, 2) keandalan, 3) ketanggapan, 4) jaminan dan kepastian, dan 5) empati. 2. Menurut Kotler dalam Indrasari (2019), harga dapat diukur melalui 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) daya saing harga, 4) kesesuaian harga 	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, Kualitas Pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Eksekutif di Palembang

			dengan manfaat		
6	<p>Dimas Wahono dan Leksmono Surya Putranto. (2024)</p> <p>JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil</p> <p>“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan LRT Jabodebek Rute DKI Jakarta Terhadap Kepuasan dan Loyalitas”</p>	<p>Mengevaluasi kepuasan dan loyalitas pengguna LRT Jabodebek Rute DKI Jakarta</p>	<ol style="list-style-type: none"> Berry et al. (1985) mengungkap terdapat lima dimensi Kualitas Pelayanan, yaitu: 1) Ketepatan, 2) Respons, 3) Jaminan, 4) Empati, dan 5) Bukti Fisik Indikator Kepuasan menurut Oliver, Kotler dan Keller (2019), dan Tjiptono (2015), yaitu: 1) kepuasan umum terhadap layanan, 2) ekspektasi dalam penggunaan, 3) penggunaan untuk kebutuhan, dan 4) pengalaman dalam penggunaan layanan Menurut Sopiah et al. (2023) indikator loyalitas pengguna meliputi pembelian ulang, kebiasaan mengkonsumsi merek, kesukaan terhadap merk, kepercayaan mengenai merk, dan rekomendasi merk kepada orang lain. 	Kuantitatif	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 70,2% kepuasan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga secara moderat memengaruhi loyalitas di mana 64,1% loyalitas dijelaskan oleh kualitas dan kepuasan. Kepuasan Pelanggan juga memediasi pengaruh antara Kualitas dan Loyalitas Pelanggan LRT Jabodebek Rute DKI Jakarta.</p>
7	<p>Yohan Gunawan Henuk. (2024)</p> <p>Jurnal Manajemen Perkotaan</p> <p>“Pengaruh <i>Food Quality</i>,</p>	<p>Menganalisis bagaimana <i>food quality</i>, <i>price fairness</i>, dan <i>service quality</i> memengaruhi <i>Behavioral Intention</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> Dimensi Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman et al. (1985, 1988) dapat diukur dengan SERVQUAL. Menurut Haddad et al., 2015, harga dapat diobservasi melalui 3 dimensi, yaitu: (1) ekspektasi 	Kuantitatif	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa <i>Behavioral Intention</i> dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh <i>food quality</i> dan <i>price fairness</i>. Namun, <i>service quality</i></p>

	<i>Price Fairness</i> , dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Restoran Dragon Hotpot Surabaya”	di Restoran Dragon Hotpot Surabaya	harga, (2) referensi harga, (3) persepsi harga. 3. Indikator <i>Behavioral Intention</i> terdiri dari 1) kunjungan kembali di masa depan, 2) kesediaan merekomendasi, dan 3) kesediaan mempromosikan dari mulut ke mulut		menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Restoran Dragon Hotpot Surabaya
8	Kiki Intan Sari, Hari Purwanto. (2022) Jurnal SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi) “Pengaruh <i>Perceived Value</i> dan Kualitas Layanan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pada Pelanggan Indihome di Kota Madiun)”	Menganalisis apakah <i>Perceived Value</i> dan Kualitas Layanan memengaruhi <i>Behavioral Intention</i> dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel mediator di dalam studi kasus Pelanggan Indihome di Kota Madiun.	1. Venkatesh et al. (2012: 157-178), yaitu mengemukakan <i>behavioral intention</i> dapat diukur melalui indikator (1) Niat penggunaan di masa depan, (2) Niat untuk menggunakan untuk kehidupan sehari-hari, (3) Rencana selalu menggunakan produk/jasa 2. Adisaputro (2010) mengemukakan bahwa kualitas jasa memiliki lima indikator yang terdiri dari 1) Reliabilitas, 2) Responsivitas, 3) Jaminan, 4) Empati, 5) Bukti Fisik 3. P. Kotler and G ArmStrong (2012) mengemukakan 5 indikator kepuasan pelanggan, yaitu: 1) Loyal, 2) Membeli produk baru yang dipromosikan, 3) Merekomendasikan produk kepada orang lain, 4) Bersedia membayar lebih, 5) Memberi	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan, yaitu <i>perceived value</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna dan <i>Behavioral Intention</i> serta kepuasan terhadap <i>Behavioral Intention</i> . Kepuasan juga berhasil menjadi mediator <i>perceived value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> serta Kualitas Pelayanan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .

			kritik ataupun masukkan		
9	<p>Satria Mirsyah Affandy Nasution, Asrizal Efendy Nasution. (2021)</p> <p>Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan”</p>	<p>Untuk menguji dan menjelaskan apakah kepuasan konsumen Gojek di Media dipengaruhi oleh kualitas layanan, emosional, biaya dan kenyamanan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indikator Kualitas Pelayanan menurut Rahmayanty (2010), yaitu: (1) <i>Reliability</i>, (2) <i>Responsiveness</i>, (3) <i>Tangibles</i>, (4) <i>Empathy</i>, (5) <i>Assurance</i> 2. Irawan (2015) menjelaskan bahwa Kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor emosional, Biaya dan kemudahan menjadi faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna 	Kuantitatif	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan, emosional, biaya, dan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Medan</p>
10	<p>Resti Febrianis, Rose Rahmidani. (2022)</p> <p>Jurnal Ecogen</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan PT. Lion Mentaru Airlines”</p>	<p>Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan Citra terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang dimediasi kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh PT.Lion Mentari Airlines.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat 5 indikator Kualitas Pelayanan yang merujuk pada Ryu et al.(2008), yaitu: (1) <i>Tangibles</i>, (2) <i>Reliability</i>, (3) <i>Responsiveness</i>, (4) <i>Assurance</i>, (5) <i>Empathy</i>. 2. Menurut Tjiptono (1996), Kepuasan Pelanggan dapat diukur melalui indikator 1) Kesesuaian Harapan, 2) Minat Berkunjung Kembali, 3) Kesiediaan Merekomendasikan 3. Saga & Theingi (2009) menyebutkan indikator <i>Behavioral Intention</i> terdiri dari 1) <i>word of mouth</i> positif, 2) niat 	Kuantitatif	<p>Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan, yaitu Kualitas Pelayanan dan citra terhadap Kepuasan Pengguna dan terhadap <i>Behavioral Intention</i>, Kepuasan Pengguna terhadap <i>Behavioral Intention</i>. Kepuasan juga berhasil memediasi pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap <i>Behavioral</i></p>

			beli ulang, 3) kesetiaan pada penyedia jasa		<i>Intention</i> karena pengaruh tidak langsung juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.
11	Andhalia Liza Marie, Rintis Eko Widodo. (2019) <i>Proceedings of CATEA 2019</i> “ <i>The Impact Analysis of Service Quality Towards Behavior Intention With Perceived Value and Customer Satisfaction as Its Intervening Variables on Trisakti School of Management</i> ”	Menguji dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan memengaruhi <i>Behavioral Intention</i> dengan <i>perceived value</i> dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.	1. Menurut Kotler (2011:85), indikator Kualitas Pelayanan terdiri dari 1) <i>Tangibles</i> , 2) <i>Empathy</i> , 3) <i>Reliability</i> , 4) <i>Responsiveness</i> , dan 5) <i>Assurance</i> 2. Menurut Kotler dan Keller, indikator Kepuasan Pengguna meliputi kinerja layanan, penggunaan kembali, sesuai kebutuhan, dan sesuai harapan 3. Menurut Zeithaml et al. (1996), indikator <i>Behavioral Intention</i> terdiri dari 1) <i>Loyalty To The Company</i> , 2) <i>Propensity To Switch</i> , 3) <i>Willingness To Pay more</i> , 4) <i>External Response To Problem</i> , 5) <i>Internal Response To Problem</i>	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan, yaitu Kualitas Pelayanan terhadap <i>Perceived Value</i> , Kepuasan, dan <i>Behavioral Intention</i> ; <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan; dan Kepuasan terhadap <i>Behavioral Intention</i> . Penelitian ini membuktikan bahwa <i>Perceived Value</i> dan kepuasan berhasil menjadi mediator antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan.
12	Gatot Sasongko, Daniel Daud Kameo, Virgiana Nugransih Siwi, Yustinus Wahyudi, Andrian Dolfrianda Huruta. (2025) <i>MDPI/Heritage</i>	Tujuan dari penelitian untuk menganalisis faktor penentu loyalitas pengunjung terhadap Borobudur melalui preferensi	1. Dimensi SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (1985), dapat digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan. 2. Indikator harga menurut Steiner et al. (2014) dan Virvilaite (2009) meliputi	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa <i>price</i> dan <i>responsiveness</i> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas; komunikasi secara signifikan

	<p>“<i>The Effect of Service Quality and Heritage Tourism on Tourist Loyalty : The Case Of Borobudur Temple</i>”</p>	<p>konsumen, yang ditunjukkan oleh variabel kualitas layanan dan wisata pusaka.</p>	<p>kewajaran harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kepuasan yang didapatkan.</p> <p>3. Indikator Kepuasan Pengguna menurut Del Rio et al. (2020), Yim King Wan dan Man Cheng (2011), Xu et al. (2023), dan Su et al. (2017) meliputi pengalaman yang sesuai dengan harapan, rasa senang, dan variasi paket layanan sesuai dengan harapan.</p>		<p>memengaruhi kepuasan; <i>tangible</i> memengaruhi secara signifikan loyalitas. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan yang dirasakan pengguna dapat memengaruhi loyalitas. Selain itu, Kualitas Layanan dan Harga berhasil menjadi faktor utama yang memengaruhi loyalitas.</p>
13	<p>Wong Chee Hoo, Aishath Waheeda, Aishath Reesha. (2023).</p> <p><i>Journal of Project Management Practice (JPMP)</i></p> <p>“<i>Factors Influencing the Passenger Satisfaction at Public Transport in Kuala Lumpur, Malaysia</i>”</p>	<p>Untuk Menganalisis dan menjelaskan faktor yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna layanan transportasi publik di Kuala Lumpur Malaysia</p>	<p>1. Kadia & Jayantkumar (2019), menjelaskan kualitas terdiri dari 4 dimensi, yaitu : (1) Kenyamanan, (2) Bukti Fisik (<i>Tangible</i>), (3) Pegawai, (4) Reliabilitas</p> <p>2. Kepuasan Pengguna ditentukan oleh terwujudnya kualitas layanan, kualitas produk, dan harga.</p>	Kuantitatif	<p>Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu, Nilai Uang, dan Sikap Lingkungan berpengaruh kuat terhadap kepuasan penumpang.</p>
14	<p>Isaac Kofi Mensah, Guohua Zeng, and Chuanyong Luo. (2020)</p> <p>SAGE</p>	<p>Untuk mengusulkan dan memvalidasi perluasan model terpadu adopsi pemerintahan elektronik</p>	<p>1. Davis (1989); Venkatesh et al. (2003) mengemukakan bahwa faktor <i>Behavioral Intention</i> terdiri dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi,</p>	Kuantitatif	<p>Penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan pengaruh sosial tidak memengaruhi sikap positif terhadap pengguna layanan</p>

	<p>“E-Government Services Adoption : An Extension of the Unified Model of Electronic Government Adoption”</p>	(UMEGA)	<p>motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan</p> <p>2. Terdapat beberapa dimensi kualitas layanan (Papadomichelaki & Mentzas, 2009, 2012), yaitu: 1) efisiensi, 2) keandalan, 3) dukungan warga, 4) kemudahan 5) penggunaan, konten, dan 6) tampilan informasi</p>		<p>e-government. Sebaliknya, adanya fasilitas pendukung, tingkat risiko, kualitas layanan, kepercayaan pada pemerintah yang menentukan sikap dan niat menggunakan serta merekomendasikan secara signifikan.</p>
15	<p>Atika Qazi, Alireza Tamjidyamcholo, Ram Gopal Raj, Glenn Hardaker, Craig Standing. (2017).</p> <p><i>Computers in Human Behavior</i></p> <p><i>Assessing consumers' satisfaction and expectations through opinions: Expectation and disconfirmation approach.</i></p>	<p>Untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai jenis opini yang memengaruhi ekspektasi konsumen. Sentimen menjadi mediator antara diskonfirmasi dan kepuasan konsumen.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan <i>Expectancy Disconfirmation Theory</i> (EDT) terkait dengan ekspektasi, tahap pasca penggunaan, dan diskonfirmasi atau kesesuaian antara harapan dan pengalaman pelanggan.</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa jenis opini (reguler, komparatif, dan (sugestif) berpengaruh positif terhadap harapan pelanggan. Kata-kata sentimen yang diekspresikan melalui ulasan menjadi mediator yang menentukan apakah diskonfirmasi menghasilkan kepuasan atau tidak.</p>
16	<p>A. Salim, M. Setiawan ,R. Rofiaty, F. Rohman. (2018)</p> <p><i>European Research Studies Journal</i></p>	<p>Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh penanganan pengaduan dan kualitas layanan</p>	<p>1. Menurut Bahia dan Nantel. (2000) Kualitas Pelayanan meliputi <i>Effectiveness, Assurance, Acces, Price, Tangible, Sevice Portofolio, Reliability</i></p>	Kuantitatif	<p>Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan, tetapi tidak dengan Loyalitas Pelanggan. Penanganan keluhan terbukti</p>

	<p><i>“Focusing on Complaints Handling for Customer Satisfaction and Loyalty: The Case Of Indonesian Public Banking”</i></p>	<p>bank terhadap loyalitas nasabah pada bank sektor publik milik pemerintah di Jakarta, Indonesia</p>	<p>2. Kepuasan Pelanggan dapat diukur melalui <i>physycal, Reliability, Responsiveness, Warranty, Empathy, dan Satisfaction</i></p>		<p>memengaruhi secara positif kepuasan, tetapi tidak terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan juga berhasil memediasi Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas serta penanganan aduan terhadap loyalitas. Penanganan aduan memiliki koefisien lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan dalam membentuk loyalitas.</p>
17	<p>Chia See Heng, Nor Aziati Abdul Hamid. (2021)</p> <p><i>Research in Management of Technology and Business.</i></p> <p><i>“The Influence Of Service Quality and Train Comfort Towards Passenger’ Satisfaction: A Case Study of KTMB ETS”</i></p>	<p>Mengidentifikasi faktor paling signifikan antara Kualitas Pelayanan dan kenyamanan dalam memengaruhi kepuasan penumpang kereta api KTMB ETS</p>	<p>1. Teori SERVQUAL dari Parasuraman et al. (1988) digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan</p> <p>2. Terdapat 4 indikator kenyamanan dari Nordin et al. 2016, yaitu: 1) Kebisingan, 2) Getaran, 3) Tata Letak Desain, 4) Kecepatan.</p>	Kuantitatif	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa SERVQUAL dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Indikator yang memiliki pengaruh signifikan adalah <i>reliability, responsiveness, empathy, vibration</i> dan <i>design layout</i>.</p>

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan penelitian terdahulu yang tersaji pada tabel 1.4, terdapat sejumlah perbedaan dengan penelitian ini, terutama untuk lokus yang digunakan. Peneliti mengambil lokus di LRT Jabodebek dengan pertimbangan bahwa LRT merupakan moda transportasi baru untuk masyarakat Jakarta dan kota penyangganya sehingga penelitian mengenai LRT Jabodebek belum banyak dilakukan dibandingkan KRL atau Transjakarta. Beberapa penelitian sebelumnya yang telah mengkaji transportasi publik, seperti KRL Jabodetabek (Azzahra dan Priono, 2023) dan Kereta Eksekutif Palembang (Riski dan Megawati, 2025) hanya menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna tanpa menganalisis *Behavioral Intention*. Selain itu, penelitian Wahono dan Putranto (2024) yang juga mengambil lokus di LRT Jabodebek, hanya berfokus pada Rute DKI Jakarta dan variabel dependen yang digunakan adalah Loyalitas bukan *Behavioral Intention*, sama dengan penelitian yang dilakukan Hidayati et al. (2021) yang melakukan penelitian tentang loyalitas dan kepuasan penumpang MRT. Di sisi lain, penelitian Mayrisha (2023) memang menguji pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Behavioral Intention* pengguna Jaklingko, tetapi tidak menggunakan Kepuasan Pengguna sebagai variabel mediasi. Terdapat penelitian yang menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna, tetapi lokusnya adalah jasa lain dan transportasi yang dikelola swasta bukan pemerintah (Febrianis dan Rahmidani, 2022). Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah dengan menerapkan model yang lebih lengkap, yaitu variabel Kualitas Pelayanan, *Behavioral Intention*, dan Kepuasan Pengguna sebagai variabel mediasi pada transportasi publik baru yang dikelola pemerintah, yaitu LRT.

1.6.2 Konsep Administrasi Publik

Secara etimologis, istilah administrasi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas kata “*Ad*” yang berarti intensif dan “*Ministrate*” yang berarti melayani. Menurut The Liang Gie (dalam Hisanuddin dan Andriani, 2023) administrasi merupakan kerjasama manusia dalam kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Selaras dengan hal tersebut, Luther Gulick (dalam Nugraha et al., 2022) menegaskan bahwa administrasi berkaitan dengan upaya untuk mencapai tujuan bersama melalui serangkaian kegiatan yang melibatkan kelompok, kerja sama, proses, dan kepemimpinan. Adapun kata publik berasal dari bahasa Inggris “*Public*” yang memiliki arti umum atau masyarakat. Dalam pengertian sempit, publik merupakan kumpulan individu yang memiliki hubungan terikat karena adanya solidaritas.

Administrasi publik hadir seiring dengan keberadaan sistem politik suatu negara karena fungsinya dalam proses politik adalah mencapai tujuan program yang sebelumnya sudah dirancang oleh para pembuat kebijakan. Henry (dalam Hisanuddin dan Andriani, 2023) mendefinisikan administrasi publik sebagai kombinasi teori dan praktik birokrasi yang bertujuan menciptakan kebijakan publik yang adaptif terhadap dinamika sosial dan manajemen yang efektif. Gordon (dalam Akib, 2009) menambahkan bahwa administrasi publik merupakan keseluruhan proses, organisasi, dan individu yang melakukan tindakan berdasarkan jabatan formal dalam melaksanakan regulasi yang ditetapkan oleh legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Administrasi publik dianggap sebagai proses untuk mencapai tujuan negara, seperti pemenuhan kebutuhan dan kesejahteraan rakyat melalui penyediaan

barang publik dan pelayanan publik (Nugraha et al., 2022).

Konsep administrasi publik relevan dengan penelitian ini karena pemerintah sebagai organisasi publik bertanggung jawab dalam menyediakan pelayanan publik, termasuk transportasi untuk mengatasi permasalahan kemacetan yang kerap terjadi di kota metropolitan, seperti Jabodebek. Berkaitan dengan masalah tersebut, pemerintah perlu memastikan bahwa transportasi publik, khususnya LRT Jabodebek yang dikelola oleh PT KAI berjalan secara efektif dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menetapkan Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta sebagai bentuk intervensi. Tujuan dari penetapan SPM adalah untuk mendorong peralihan penggunaan moda transportasi pribadi menuju transportasi publik. Melalui pengelolaan dan kebijakan yang tepat, LRT Jabodebek diharapkan dapat menjadi moda transportasi yang efisien, nyaman, dan mampu meningkatkan kepuasan serta niat penggunaan dalam jangka panjang.

1.6.3 Paradigma Administrasi Publik

Perkembangan suatu bidang keilmuan pada dasarnya mampu diketahui dari perubahan paradigma yang terjadi seiring waktu. Dalam konteks administrasi publik, paradigma mencerminkan perubahan perspektif, teori, dan pendekatan yang digunakan dalam memahami praktik administrasi pemerintahan. Thomas Kuhn (dalam Pasolong, 2017) mengartikan paradigma sebagai cara pandang, nilai, metode, dan prinsip fundamental yang diterapkan oleh masyarakat ilmiah pada periode tertentu untuk memecahkan permasalahan.

Robert T Golembiewski (dalam Syafiie, 2010) menyatakan bahwa tolok ukur suatu disiplin ilmu dilihat dari fokus (*of the field*) dan lokusnya (*where of the field*).

Dalam perkembangan ilmu administrasi, terdapat lima pergeseran paradigma dan satu paradigma baru yang diungkapkan oleh Nicholas Henry (1988) (dalam Pasolong, 2017). Paradigma ini berhubungan dengan perkembangan dari administrasi publik itu sendiri.

Paradigma 1 (1900-1926), Dikotomi Politik dan Administrasi. Lokus paradigma ini menentukan posisi administrasi negara yang seharusnya dalam sistem pemerintahan. Pada periode ini, terdapat pemisahan antara administrasi dan politik yang ditandai oleh karya Frank J. Goodnow dan Leonard D. White melalui bukunya *Politics and Administration* (dalam Muhammad, 2019). Goodnow (2003) mengemukakan bahwa pemerintah memiliki dua fungsi utama, yaitu politik dan administrasi di mana politik berfokus pada kebijakan untuk memenuhi hak rakyat, sedangkan administrasi berfokus pada pelaksanaan kebijakan sehingga administrasi harus bebas nilai atau terlepas dari pengaruh politik.

Paradigma 2 (1927-1937), Prinsip-Prinsip Administrasi. Gulick dan Urwick memperkenalkan POSDCORB (*Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, dan Budgeting*) sebagai prinsip yang bersifat *universal*, artinya menjadi fokus dan pedoman dalam praktik administrasi di berbagai organisasi, termasuk instansi pemerintah. Namun, pada masa ini, lokus administrasi publik belum diidentifikasi dengan jelas.

Paradigma 3 (1950-1970), Administrasi Publik Sebagai Ilmu Politik. Paradigma ini muncul sebagai respon atas kritikan terhadap pemisahan administrasi dan politik. Administrasi publik dipandang sebagai bagian dari ilmu politik dengan fokus pada birokrasi pemerintah. Namun, dominasi politik menyebabkan kaburnya

fokus kajian karena adanya kelemahan dalam prinsip administrasi publik. Akibatnya, administrasi publik kehilangan kerangka kerja yang intelektual, tercermin dari rendahnya publikasi artikel, yakni hanya 4% dari total artikel yang terbit pada lima jurnal politik.

Paradigma 4 (1954 -1970), Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi. Paradigma ini muncul sebagai respon terhadap dominasi politik dalam administrasi publik. Fokusnya beralih pada penguatan aspek manajemen yang dikembangkan secara ilmiah dan mendalam, bukan lagi pada lokus kajian. Perkembangan terbagi menjadi dua, yaitu ilmu administrasi murni yang didukung pendekatan psikologi sosial dan kebijakan publik. Terbitnya jurnal *Administrative Science Quarterly* pada tahun 1956 menjadi *platform* utama untuk perkembangan paradigma ini.

Paradigma 5 (setelah tahun 1970), Administrasi publik menjadi administrasi publik. Administrasi publik terus mengalami perkembangan dan mulai diakui sebagai disiplin ilmu dengan fokus dan lokus yang jelas. Fokusnya mencakup teori organisasi, teori manajemen, kebijakan publik, dan ilmu ekonomi politik. Lokusnya adalah masalah dan kepentingan publik, termasuk pelayanan publik. Pemerintah berperan sebagai fasilitator dalam menegosiasikan kepentingan publik agar pelayanan publik selaras dengan preferensi nilai yang ada di masyarakat. Ciri khas perkembangan ini adalah munculnya institusi pendidikan seperti departemen, fakultas, dan asosiasi profesional, seperti *The National Association of Schools of Public Affairs and Administration (NASPAA)*.

Paradigma 6 (1990 – sekarang), *Governance* atau Tata Kelola. Tata kelola mencerminkan pelaksanaan kekuasaan politik oleh pemimpin demi melayani

kepentingan masyarakat. Paradigma ini menekankan bahwa proses pengambilan kebijakan dan penyelenggaraan pelayanan tidak hanya dilakukan dan menjadi tanggung jawab pemerintah saja, tetapi turut melibatkan swasta, masyarakat sipil, dan organisasi internasional secara kolaboratif. Prinsip *good governance* menjadi pondasi utama paradigma ini, mencakup partisipasi, supremasi hukum, transparansi, responsivitas, orientasi konsensus, kesetaraan, efektivitas dan efisiensi, akuntabilitas, dan visi strategis.

Penelitian ini berangkat dengan mengadopsi paradigma ke-5, yaitu ilmu administrasi publik sebagai ilmu administrasi publik. Paradigma ini menekankan nilai keadilan dan pelayanan yang berorientasi pada warga negara, artinya pemberian pelayanan yang setara kepada seluruh warga negara merupakan hak fundamental dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini berfokus pada pelayanan publik disektor transportasi, yaitu LRT Jabodebek. Pada pengembangan dan pelaksanaan transportasi publik, pemerintah harus memastikan terselenggaranya pelayanan yang berkualitas melalui manajemen pelayanan yang optimal agar Kepuasan Pengguna meningkat dan kepercayaan publik terhadap layanan transportasi publik dapat tumbuh yang akhirnya dapat mendorong niat penggunaan transportasi publik dalam jangka panjang.

1.6.4 Manajemen Publik

Suatu organisasi tidak bisa lepas dari manajemen dalam mencapai tujuannya. Shafritz dan Russel (dalam Keban, 2014), mendefinisikan bahwa manajemen berkaitan dengan upaya yang dilaksanakan oleh pihak yang memiliki kewenangan dalam mengatur sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.

Overman (dalam Ott et al., 1991) menjelaskan bahwa manajemen publik mencakup kajian interdisipliner aspek umum organisasi dan fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia, keuangan, fisik, informasi, dan politik. Manajemen publik sering tumpang tindih dengan kebijakan publik; manajemen publik ibarat sistem jantung dan sirkulasi darah, sedangkan kebijakan publik seperti sistem otak dan syaraf.

Pada tahun 1990, manajemen publik memasuki fase transisi yang ditandai oleh munculnya sejumlah isu strategis, antara lain Privatisasi sebagai opsi pemerintah dalam penyediaan pelayanan publik; Rasionalitas dan Akuntabilitas; Perencanaan dan Pengontrolan; Pengelolaan keuangan dan Penyusunan Anggaran; dan Peningkatan produktivitas SDM. Dalam pengelolaan layanan publik, manajemen publik tidak terlepas dari fungsi manajemen. Manajemen publik berada di dalam lingkup negara, di mana pemerintah bertanggung jawab dalam menjalankan roda pemerintahan untuk memenuhi kepentingan publik sehingga aktivitas masyarakat baik secara ekonomi, sosial, dan politik di dalamnya tetap dapat berjalan dengan baik.

Pengelolaan LRT Jabodebek sebagai transportasi publik memerlukan manajemen publik yang efektif untuk menciptakan layanan yang berkualitas dan dengan memperhatikan PODSCORB. LRT Jabodebek harus dikelola secara transparan, akuntabel, dan berorientasi pada kepuasan masyarakat. Dalam manajemen publik, keberhasilan layanan transportasi diukur dari tingkat kesesuaian layanan dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna yang mencakup Kualitas Pelayanan. Manajemen publik mendorong adanya pemenuhan Standar

Pelayanan Minimum yang termuat dalam Permenhub No. 63 Tahun 2019, seperti keselamatan, keamanan, kehandalan, kenyamanan, kemudahan, dan kesetaraan oleh PT KAI selaku pengelola. Selain itu, dibutuhkan keterlibatan pengguna dalam menilai layanan LRT Jabodebek untuk mendorong terciptanya kepuasan dan *Behavioral Intention*..

1.6.5 Pelayanan Publik

Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh individu atau organisasi guna memenuhi kebutuhan pengguna baik secara langsung maupun tidak langsung (Tangkilisan, 2005). Pelayanan terdiri atas pelayanan fisik yang bersifat personal sebagai manusia dan layanan administrasi yang diberikan oleh organisasi massa ataupun negara sebagai tanda bagian dari organisasi tersebut. Pelayanan juga diberikan sebagai tindakan untuk memberikan Kepuasan Pengguna.

Pelayanan dasar yang dilakukan oleh pemerintah untuk masyarakat disebut sebagai pelayanan publik (Pangkey dan Rantung, 2023). Akuntabilitas publik merupakan salah satu ciri utama organisasi pelayanan publik di mana setiap warga negara memiliki hak untuk melakukan evaluasi atas layanan yang diterima. Evaluasi pengguna menjadi elemen krusial dalam melakukan analisis Kualitas Pelayanan publik yang sangat sulit dinilai apabila dilakukan tanpa mempertimbangkan pengguna sebagai pihak yang secara langsung merasakan layanan tersebut. Menurut UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 1 ayat (1), pelayanan publik merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas barang, jasa, dan administratif yang disediakan oleh instansi pelayanan publik sesuai ketentuan peraturan perundang-

undangan. Pasal 1 ayat (7) menegaskan bahwa standar pelayanan digunakan sebagai tolok ukur komitmen penyelenggara dalam memberikan layanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur. UU tersebut menjadi dasar bagi pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan secara optimal dan efektif kepada masyarakat.

Berdasarkan Pasal 5 UU No. 25/2009, terdapat 4 ruang lingkup pelayanan publik yang harus dipenuhi oleh negara, yaitu: 1) Pelayanan barang publik. Penyediaan pendistribusian barang berwujud fisik. Misalnya pelayanan air bersih. 2) Pelayanan jasa publik. Penyediaan sarana dan prasarana serta fasilitas penunjang. Keluaran dari pelayanan ini berupa jasa yang manfaatnya dirasakan secara langsung dan hanya dapat digunakan dalam jangka waktu tertentu. Misalnya, Pelayanan transportasi. 3) Pelayanan publik dalam aspek administratif. Pelayanan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau instansi non-pemerintah untuk melindungi warga negara melalui pencatatan administrasi kependudukan dan lainnya berdasarkan perjanjian dengan penerima layanan.

Penelitian ini memiliki lokus LRT Jabodebek yang merupakan bagian dari pelayanan jasa publik karena disediakan oleh pemerintah melalui Kementerian Perhubungan sebagai regulator dan BUMN melalui PT KAI sebagai operator. LRT Jabodebek hadir untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dalam hal mobilitas dan aksesibilitas transportasi yang efisien dan berkualitas serta sebagai upaya untuk menekan kemacetan lalu lintas dan polusi di wilayah jabodebek.

1.6.6 Kualitas Pelayanan (X)

Pelayanan (*service*) merupakan tindakan tidak berwujud yang dapat

diberikan kepada pihak lain tanpa menimbulkan kepemilikan apapun (Kotler dalam Karundeng et al., 2021). Kualitas sendiri merujuk pada tingkat kemampuan karakteristik produk atau jasa dalam pemenuhan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun yang tersirat. Menurut Lewis et al. (dalam Tjiptono, 2008), kualitas layanan merupakan tolok ukur kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi ekspektasi yang dimiliki oleh pengguna. Kualitas layanan dimulai untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan berakhir dengan Kepuasan Pengguna.

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian konsumen terhadap keunggulan suatu layanan yang terbentuk melalui perbandingan antara harapan awal konsumen sebelum menggunakan dengan kinerja layanan yang secara faktual yang diterima konsumen (Parasuraman et al., 1988; Kadia dan Jayantkumar (dalam Hoo et al., 2023); Bahia dan Nantel, 2000; Zeithaml 1987). Kualitas Pelayanan merupakan konstruk abstrak yang sulit dipahami sebab tidak berwujud sehingga untuk menilai Kualitas Pelayanan, perusahaan jasa perlu mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas (Parasuraman et al., 1988). Jika layanan yang diterima mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen maka layanan dinilai positif atau ideal. Sebaliknya, apabila layanan yang diperoleh tidak selaras dengan apa yang diharapkan konsumen maka layanan tersebut dinilai negatif atau buruk. Dengan demikian, kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi ekspektasi konsumen secara konsisten menjadi faktor utama yang menentukan Kualitas Pelayanan (Wahyuni, 2016).

Sementara itu, Sampara (dalam Hardiyansyah, 2018) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan pemberian layanan kepada pelanggan sesuai dengan

standar pelayanan. Sinambela et al. (dalam Hardiyansyah, 2018) menekankan bahwa fokus utama Kualitas Pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman et al. (1988) terdapat lima dimensi Kualitas Pelayanan, yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan, andal dan akurat.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesediaan penyedia layanan dalam membantu pengguna dan memberikan pelayanan yang cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan penyedia layanan dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pengguna melalui pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan dalam memberikan layanan.
4. Bukti fisik (*Tangible*), yaitu elemen fisik dari layanan yang dapat dilihat, disentuh, atau dirasakan oleh pengguna, termasuk fasilitas fisik dan penampilan pegawai.
5. Empati (*Emphaty*), yaitu perhatian tulus yang diberikan penyedia layanan kepada pengguna dengan berupaya memahami kebutuhan pengguna

Kadia dan Jayantkumar (dalam Hoo et al., 2023), menjelaskan kualitas terdiri dari empat dimensi, yaitu:

1. Kenyamanan, yaitu tingkat kenyamanan fisik dan emosional yang dirasakan pelanggan dari fasilitas fisik
2. Bukti Fisik, yaitu elemen fisik dari layanan yang dapat dilihat, disentuh, atau dirasakan oleh pengguna.
3. Pegawai, yaitu tenaga kerja yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam memberikan layanan secara profesional

4. Reliabilitas, kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, akurat dan andal.

Menurut Bahia dan Nantel (2000), enam dimensi Kualitas Pelayanan meliputi :

1. *Effectiveness* dan *Assurance*. *Effectiveness*, yaitu kemampuan layanan dalam mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. *Assurance*, yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan penyedia layanan untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pengguna.
2. *Access*, yaitu kemudahan pelanggan dalam memperoleh layanan, termasuk lokasi, waktu operasional, dan ketersediaan informasi.
3. *Price*, yaitu tingkat kewajaran harga layanan dibandingkan dengan manfaat yang diterima pelanggan.
4. *Tangible*, yaitu aspek fisik layanan, seperti fasilitas, peralatan, dan tampilan pegawai yang memengaruhi pengalaman pelanggan.
5. *Service Portofolio*, yaitu variasi dan kelengkapan jenis layanan yang ditawarkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan.
6. *Reliability*, yaitu kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan, andal dan akurat

1.6.7 Kepuasan Pengguna (Z)

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang memiliki arti melakukan atau membuat, secara sederhana kepuasan dapat dimaknai sebagai usaha pemenuhan sesuatu. *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dari Oliver 1980 berakar dari psikologi kognitif yang menjelaskan bahwa kepuasan/ketidakpuasan pengguna merupakan respon

emosional pengguna terhadap kesesuaian/ketidaksesuaian antara ekspektasi awal sebelum menggunakan dengan kinerja nyata produk yang dirasakan setelah menggunakan. EDT ini berfokus pada proses bagaimana konsumen atau pengguna mencapai suatu kepuasan, dimulai dari adanya harapan atau ekspektasi pengguna, kinerja aktual yang dirasakan pengguna setelah menggunakan layanan, dan terbentuknya diskonfirmasi atau kesesuaian harapan dengan kinerja aktual. Diskonfirmasi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu *positive disconfirmation* (diskonfirmasi positif) apabila kinerja melebihi ekspektasi, *confirmation* (konfirmasi) apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, dan *negative disconfirmation* (diskonfirmasi negatif) apabila kinerja di bawah ekspektasi.

Engel et al. (dalam Wulansari dan Widowati, 2022) menjelaskan bahwa Kepuasan Pengguna merupakan bentuk evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dipilih setidaknya mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna. Sebaliknya, ketidakpuasan hadir karena tidak terpenuhinya harapan pengguna. Hansemark dan Albinsson (dalam Tamon et al., 2021) menyebutkan bahwa kepuasan adalah sikap atau respon emosional yang muncul sebagai akibat dari penilaian perbedaan antara harapan dengan apa yang diterima pelanggan. Kotler dan Keller (dalam Musyaffa dan Ngatno, 2019) turut menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan respon emosional berupa rasa senang atau kecewa yang timbul setelah pelanggan membandingkan kesesuaian produk/jasa yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa kepuasan dapat membuat pelanggan secara kontinu atau berulang kembali menggunakan produk/jasa.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan hanya dapat dinilai oleh pengguna jasa yang didasarkan pada persepsi atas kinerja produk/jasa yang diterima (Irawan dalam Nasution dan Nasution, 2021). Evaluasi kepuasan yang diberikan oleh pengguna penting untuk suatu organisasi agar dapat memperbaiki manajemennya ke arah yang lebih baik. Kepuasan Pengguna menjadi kunci dalam menciptakan *Behavioral Intention*. Irawan (dalam Nasution dan Nasution, 2021) menjelaskan terdapat lima faktor utama yang memengaruhi Kepuasan Pengguna, yaitu :

1. Harga, yaitu jumlah yang dibebankan guna memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.
2. Kualitas Layanan, yaitu seluruh aspek pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Semakin optimal Kualitas Pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi Kepuasan Pengguna.
3. Kualitas Produk, yaitu tingkat keunggulan fungsional dan teknis produk/layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
4. *Emotional Factor*, yaitu perasaan emosional, seperti senang yang muncul saat pengguna menggunakan layanan tertentu.
5. *Efficiency*, yaitu kemudahan dalam memperoleh layanan tertentu dan kemudahan dalam pembayaran. Proses yang mudah, nyaman dan efisien dapat meningkatkan Kepuasan Pengguna.

Menurut Oliver (1980), terdapat tiga dimensi Kepuasan Pengguna, yaitu:

1. Ekspektasi, yaitu harapan awal sebelum pengguna menggunakan produk/jasa yang terbentuk dari pengalaman menggunakan produk/jasa

sebelumnya, informasi dari pelanggan lain yang pernah menggunakan, iklan, dan berita dimedia massa.

2. Kinerja aktual yang dirasakan (*Perceived Performance*), yaitu persepsi subjektif pengguna terhadap interaksi nyata dengan layanan.
3. Diskonfirmasi, yaitu perbandingan antara harapan pengguna dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah menggunakan layanan.

Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019), terdapat tiga indikator Kepuasan Pengguna yang dapat dipertimbangkan, yaitu :

1. Kesesuaian Harapan, yaitu sejauh mana kinerja produk atau layanan yang diterima oleh pengguna sesuai dengan harapan mereka.
2. Minat menggunakan kembali, yaitu tingkat kesediaan pengguna untuk kembali menggunakan layanan yang sama pada masa mendatang.
3. Kesediaan merekomendasikan, yaitu sejauh mana pengguna bersedia untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada pihak lain, seperti teman atau keluarga.

1.6.8 Behavioral Intention (Y)

Behavioral Intention atau niat perilaku merupakan kecenderungan atau keinginan konsumen untuk berperilaku terhadap suatu produk atau jasa di masa mendatang, seperti mencari informasi, membagikan pengalaman setelah menggunakan produk kepada orang lain, menggunakan kembali suatu produk atau jasa, dan menghentikan serta membuang produk (Mowen dalam Hantono dkk, 2023; Olson et al. dalam Faisal, 2019; Venkatesh et al., 2012).

Selanjutnya, Zeithaml et al. (1996) dalam artikel "*Behavioral Consequences*

Of service Quality”, yang diterbitkan dalam *Journal of Marketing* mendefinisikan *Behavioral Intention* sebagai bentuk kecenderungan atau perilaku niat yang muncul sebagai respon atas layanan yang diterima sebelumnya oleh konsumen jasa. Kemudian, dijelaskan juga bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pengguna sebagai mediator utama. Pengguna yang menganggap pelayanan yang diperoleh sesuai bahkan melebihi harapan cenderung akan merasa puas dan menunjukkan niat perilaku yang menguntungkan bagi perusahaan atau *favorable Behavioral Intention*. Niat perilaku yang menguntungkan ini ditandai oleh loyalitas pengguna, tidak ada kecenderungan untuk beralih ke penyedia lain dengan menyatakan bahwa preferensinya adalah tetap memilih perusahaan dibandingkan perusahaan lain, meningkatkan volume pembelian atau penggunaan, dan bersedia membayar harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, layanan yang tidak memuaskan akan memicu intensi perilaku yang tidak menguntungkan atau *unfavorable Behavioral Intention*. Perilaku ini ditandai dengan niat untuk meninggalkan layanan dan meningkatnya keluhan yang dipandang sebagai respon negatif terhadap layanan yang diterima.

Dharmmesta (dalam Khasanah dan Wibawanto, 2019) menjelaskan bahwa *Behavioral Intention* mencerminkan keinginan konsumen untuk terus menggunakan jasa secara berkelanjutan hingga mempromosikan kepada orang, ini dapat mendorong terjadinya peningkatan pembelian yang menguntungkan bagi perusahaan. Saha dan Theingi (dalam Wibowo, 2017) menambahkan bahwa *Behavioral Intention* mencakup *word-of-mouth* positif mengenai penyedia jasa kepada pihak lain, niat untuk melakukan pembelian ulang, dan loyal terhadap

penyedia jasa. Dengan demikian, *Behavioral Intention* dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk atau jasa kembali atas dasar persepsi yang dibentuk oleh pengalaman. Tujuan akhir penelitian ini tidak hanya berfokus pada penilaian terhadap tingkat Kepuasan Pengguna, tetapi juga pada upaya untuk memahami faktor-faktor yang mendorong keberlanjutan penggunaan layanan. Sebagai moda transportasi publik yang baru beroperasi, LRT Jabodebek perlu memastikan pengguna terus memiliki niat untuk menggunakan layanan dalam jangka panjang. Hal Ini menjadi aspek krusial bagi pengelola LRT dalam menjamin keberlangsungan dan efektivitas penyelenggaraan layanan transportasi publik. Zeithaml et al. (1996) mengemukakan bahwa *Behavioral Intention* terdiri atas lima dimensi, yaitu:

1. *Loyalty to the company* (kesetiaan pada perusahaan), yaitu komitmen pengguna untuk terus menggunakan layanan secara berulang karena adanya kepuasan dan kepercayaan terhadap kualitas layanan. Elemen dari dimensi ini merekomendasikan kepada orang lain, menjadikan layanan sebagai pilihan utama, mencakup mengatakan hal positif, dan menjalin hubungan jangka panjang.
2. *Propensity to switch* (keinginan untuk beralih). Kecenderungan pengguna untuk beralih ke layanan lain apabila layanan yang digunakan tidak memenuhi harapan.
3. *Willingness to pay more* (kesediaan untuk membayar lebih), yaitu kesediaan pengguna untuk membayar lebih demi layanan yang lebih baik.
4. *External response to problem* (respons eksternal), yaitu tindakan pengguna

dalam mengekspresikan ketidakpuasan atas suatu layanan kepada pihak di luar organisasi. Elemen dari dimensi ini adalah menceritakan pengalaman negatif kepada orang lain baik secara langsung maupun melalui media sosial.

5. *Internal respons to problem* (respons internal), yaitu menyampaikan ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima kepada pihak di dalam organisasi atau pegawai.

Dimensi *Behavioral Intention* menurut Venkatesh et al.(2012), yaitu:

1. Niat penggunaan di masa yang akan datang, yaitu keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan pada waktu mendatang.
2. Niat menggunakan suatu produk atau jasa dalam kehidupan sehari – hari, yaitu keinginan pengguna untuk menjadikan suatu layanan sebagai bagian dari rutinitas harian pengguna.
3. Rencana penggunaan suatu produk atau jasa sesering mungkin, yaitu komitmen pengguna untuk memilih suatu produk atau jasa secara rutin.

Ha & Jang (2010) mengemukakan terdapat beberapa dimensi terkait *Behavioral Intention*, yaitu :

1. Berbicara positif tentang layanan. Pengguna menyampaikan pengalaman atau pendapat positif tentang layanan kepada orang lain.
2. Niat menggunakan kembali di masa yang akan datang. Pengguna memiliki komitmen dan niat untuk terus menggunakan layanan di masa yang akan datang.
3. Merekomendasikan layanan kepada orang lain. Menyarankan layanan

kepada orang lain untuk turut menggunakan, ini merupakan langkah selanjutnya dari *word-of-mouth* positif.

4. Keinginan untuk lebih sering menggunakan. Keinginan pengguna untuk meningkatkan frekuensi penggunaan layanan.

1.6.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pengguna (Z)

Telah banyak kajian yang membuktikan bahwa Kepuasan Pengguna dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan tercermin dari kesesuaian antara harapan dan realitas yang diterima pengguna. Apabila Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi melebihi ekspektasi maka akan menghasilkan rasa puas bagi pengguna. Sebaliknya, apabila terjadi ketidaksesuaian antara ekspektasi pengguna dengan layanan yang diberikan maka dapat menimbulkan kepuasan yang rendah/ketidakpuasan (Zeithaml, 1988). Kepuasan menjadi fokus utama dari Kualitas Pelayanan (Hardiyansyah, 2018). Hal ini didukung oleh Kotler (2000) bahwa Kualitas Pelayanan, kepuasan konsumen, dan keuntungan perusahaan memiliki hubungan yang kuat. Kualitas Pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas bagi pengguna yang selanjutnya akan memengaruhi keuntungan bagi perusahaan karena akan memberikan dorongan untuk menjalin hubungan berkelanjutan dalam jangka yang lama.

Pasalog (dalam Amba et al., 2023) mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh pemerintah meningkat akan berpengaruh terhadap meningkatnya tingkat kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan. Tjiptono (2008) turut menjelaskan bahwa perhatian terhadap Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus berdampak pada pertumbuhan

penjualan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan menjadi determinan utama yang memengaruhi tingkat Kepuasan Pengguna, termasuk pada bidang transportasi, seperti KRL, MRT, LRT, dan transportasi *online* (Lupiyoadi dalam Puspitasari dan Widayanto, 2019; Hidayati et al., 2021; Wahono dan Putranto, 2024; Azzahra dan Priyono, 2023, Nasution dan Nasution, 2021). Kepuasan Pengguna menjadi aspek penting dalam mengevaluasi Kualitas Pelayanan yang tercermin dari sejauh mana respon pengguna terhadap jasa transportasi yang diterima (Yuniarti dan Aditya, 2020).

H1 : Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna

1.6.10 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap *Behavioral Intention* (Y)

Cronin et al. (2000) mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik dapat meningkatkan *Behavioral Intention* karena mampu memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan. Hal serupa disampaikan Nysveen et al. (dalam Aditya dan Wardhana, 2016) bahwa *perceived usefulness and perceived ease of use* menjadi faktor terbentuknya *Behavioral Intention*, kedua hal tersebut dapat dicapai melalui peningkatan kualitas layanan. Zeithaml et al. (1996) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan dapat memengaruhi niat perilaku. Persepsi Kualitas Pelayanan akan membentuk *favorable* dan *unfavorable Behavioral Intention* bagi perusahaan, seperti keinginan untuk kembali menggunakan layanan, memberikan rekomendasi positif, atau berpindah ke penyedia. Setiap perusahaan perlu memantau dampak Kualitas Pelayanan terhadap niat perilaku penggunanya. Sebagai contoh, Northwest Airlines pernah menemukan bahwa indeks preferensi sebagai maskapai penerbangan paling disukai meningkat secara substansial setelah

adanya upaya untuk peningkatan layanan.

Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan juga tidak selalu bergantung pada pengalaman pribadi, tetapi juga melalui informasi dari mulut ke mulut atau iklan perusahaan (Loveloock dalam Anjani dan Sudrajat, 2023). Hal ini menandakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak hanya sekedar mendorong penggunaan ulang pengguna, tetapi juga dapat menarik pengguna baru yang nantinya akan menguntungkan bagi perusahaan. Penelitian Biner (dalam Chandra dan Rita, 2015), Febrianis dan Rahmidani (2022), Marie dan Widodo (2019), dan Olorunniwo et al. (2006) serta Mayrisha (2023) memperkuat bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kualitas Pelayanan pada perusahaan jasa, termasuk transportasi.

H2 : Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap *Behavioral Intention*

1.6.11 Pengaruh Kepuasan Pengguna (Z) Terhadap *Behavioral Intention* (Y)

Behavioral Intention dipengaruhi oleh sikap individu terhadap suatu perilaku yang terbentuk dari evaluasi terhadap pengalaman (Ajzen, 1991). Teori EDT dari Oliver menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi kognitif dari membandingkan antara ekspektasi dan kinerja layanan yang dirasakan sehingga akan memunculkan perasaan emosional. Kepuasan tersebut menjadi faktor penting yang memengaruhi niat penggunaan konsumen. Hal serupa diungkapkan oleh Anderson and Sullivan; Woodside, Fred, dan Daly (dalam Zeithaml et al., 1996) yang menjelaskan bahwa niat atau keinginan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa berkaitan erat dengan kepuasan konsumen dalam konteks produk dan jasa. Eggert dan Ulaga (2002) serta Sivadas dan Prewitt

(2000) menegaskan bahwa kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam memicu terbentuknya loyalitas, *Behavioral Intention*, dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Beberapa teori di atas, telah dibuktikan oleh banyak penelitian yang menunjukkan adanya kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan akan mendorong niat seorang pelanggan untuk menggunakan kembali layanan bahkan menolak untuk beralih ke produk atau jasa lain. Penelitian yang dilakukan Sari dan Purwanto (2022) dalam studi kasus Indihome di kota Madiun menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* begitupun dengan penelitian yang dilakukan Puspita dan Kartika (2019). Penelitian Febrianis dan Rahmidani (2022) yang dilakukan dalam konteks transportasi umum, yaitu maskapai penerbangan PT Lion Mentari Airlines di Kota Padang turut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan menentukan *Behavioral Intention*. Kepuasan konsumen menjadi penyebab utama terjadinya pengulangan perilaku pembelian yang positif.

H3 : Kepuasan Pengguna Memiliki Pengaruh Terhadap *Behavioral Intention*

1.6.12 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap *Behavioral Intention* (Y) Melalui Kepuasan Pengguna (Z)

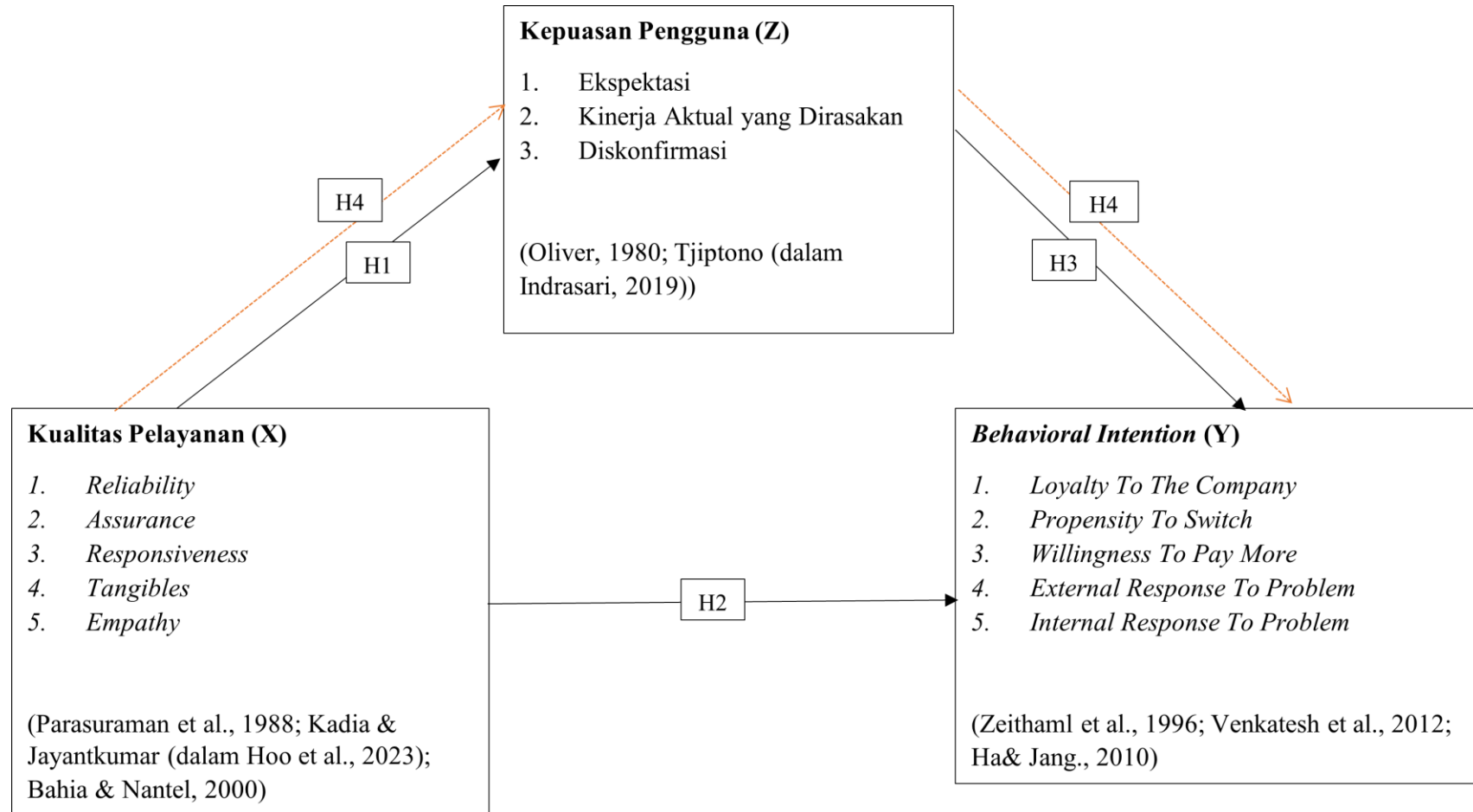
Zeithaml et al. (1996) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan yang sesuai harapan akan menciptakan kepuasan pelanggan yang selanjutnya mendorong niat untuk menggunakan kembali layanan dan mengurangi ketertarikan terhadap layanan pihak lain. Artinya, kepuasan pelanggan disini sebagai mediator. Tjiptono (dalam Putro et al., 2014) menegaskan bahwa perusahaan dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan melalui peningkatan Kualitas Pelayanan agar tercipta niat untuk menggunakan atau membeli ulang. Bitner (dalam Karimah, 2019) mengungkapkan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap pembelian kembali dalam *Behavioral Intention* dapat dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Purwanto (2022) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memengaruhi *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna. Dinyanti (dalam Hartanto, 2022); Muharmi dan Sari (2019) menjelaskan bahwa kualitas layanan memengaruhi *Behavioral Intention* melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Penelitian Febrianis dan Rahmidani (2022) menunjukkan pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap *Behavioral Intention* sebesar 29,3%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Pengguna sebesar 18,08%, artinya pengaruh langsung lebih mendominasi dibandingkan pengaruh tidak langsung. Namun, di sisi lain, Karimah (2019) menunjukkan bahwa 34,8% *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan melalui kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening*, sedangkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Behavioral Intention* hanya 25,6%. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Pengguna lebih dominan dibandingkan pengaruh langsungnya

H4 : Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna

1.6.13 Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 1. 6 Kerangka Berpikir Penelitian
Sumber: Formulasi Peneliti (2025)

1.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan awal terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya perlu dibuktikan melalui pengujian empiris dengan metode ilmiah (Nazir, 2014). Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

a. H01 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek

Ha1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek

b. H02 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek

Ha2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek

c. H03 : Kepuasan Pengguna tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek

Ha3 : Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Pengguna LRT Jabodebek

d. H04 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek

Ha4 : Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna LRT Jabodebek

Berdasarkan kerangka berpikir penelitian pada Gambar 1.6, dapat diasumsikan bahwa Kualitas Pelayanan memengaruhi *Behavioral Intention*

pengguna LRT Jabodebek baik secara langsung maupun dimediasi oleh Kepuasan Pengguna. Kualitas Pelayanan diperkirakan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (H1) sebagaimana dijelaskan oleh Zeithaml (1988) dan Pasalog (dalam Amba et al., 2023) bahwa persepsi terhadap kualitas pelayanan mendorong terbentuknya kepuasan. Kualitas Pelayanan juga diperkirakan memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (H2) selaras dengan yang dikemukakan Cronin et al. (2000) dan Zeithaml et al. (1996) bahwa Kualitas Pelayanan yang tinggi mampu meningkatkan niat menggunakan ulang. Selanjutnya, Kepuasan Pengguna diperkirakan memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (H3) selaras dengan yang diungkapkan oleh Anderson and Sullivan; Woodside, Fred, dan Daly (dalam Zeithaml et al., 1996) dan EDT dari Oliver (1980) bahwa kepuasan berhubungan kuat dengan penggunaan kembali. Kualitas Pelayanan juga diperkirakan memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* melalui Kepuasan Pengguna (H4) selaras dengan Zeithaml et al. (1996); Tjiptono (dalam Putro et al., 2014); dan Bitner (dalam Karimah, 2019) yang menyebutkan bahwa dimensi dari Kualitas Pelayanan juga memengaruhi *Behavioral Intention* melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Temuan dan teori di atas memberikan gambaran awal, tetapi pengujian hipotesis melalui analisis data diperlukan untuk memperoleh hasil yang valid.

1.8 Definisi Konsep

1.8.1 Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan suatu layanan yang terbentuk melalui perbandingan antara harapan awal konsumen sebelum menggunakan dengan kinerja layanan yang diterima. Dalam

konteks LRT Jabodebek, kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan pengelola dalam menyediakan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna dengan berpedoman pada standar pelayanan yang ada. Kualitas Pelayanan pada LRT Jabodebek dapat diukur dari beberapa aspek, seperti ketepatan waktu, keamanan, fasilitas fisik, responsivitas, dan empati. Apabila aspek-aspek tersebut tidak dilaksanakan dengan baik maka layanan dianggap tidak memenuhi harapan pengguna.

1.8.2 Kepuasan Pengguna (Z)

Kepuasan Pengguna merupakan penilaian dan perasaan yang muncul sebagai respon emosional terhadap layanan LRT Jabodebek setelah pengguna membandingkan harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan. Pengguna LRT akan merasa puas apabila pelayanan sesuai bahkan melebihi harapan dan ketidakpuasan muncul apabila pelayanan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas Pelayanan yang baik berkontribusi pada tingginya Kepuasan Pengguna LRT, sementara pelayanan yang kurang optimal berdampak pada rendahnya tingkat Kepuasan Pengguna.

1.8.3 Behavioral Intention (Y)

Behavioral Intention adalah niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu di masa depan, seperti menggunakan kembali, merekomendasikannya layanan kepada orang lain, dan terdapat kecenderungan beralih dari LRT Jabodebek ke layanan lain. *Behavioral Intention* dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas layanan dan Kepuasan Pengguna terhadap LRT Jabodebek.

1.9 Definisi Operasional

Tabel 1. 5 Definisi Operasional

VARIABEL	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan merupakan kemampuan pengelola LRT Jabodebek untuk memberikan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan melampaui ekspektasi pengguna dengan berpedoman pada standar pelayanan yang ada.	<i>Reliability</i> (Keandalan) adalah kemampuan pengelola LRT Jabodebek dalam memberikan layanan sesuai yang dijanjikan, andal dan akurat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan waktu kedatangan dan keberangkatan kereta 2. Konsistensi jarak waktu antar-kereta (<i>headway</i>) 3. Keakuratan informasi layanan.
		<i>Tangible</i> (Bukti Fisik) adalah elemen fisik dari layanan yang dapat dilihat, disentuh, atau dirasakan oleh pengguna LRT Jabodebek, termasuk fasilitas fisik dan penampilan petugas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan di dalam gerbong kereta 2. Kebersihan di area stasiun 3. Keberfungsian fasilitas di stasiun 4. Keberfungsian fasilitas di gerbong kereta 5. Kejelasan papan penunjuk arah yang tersedia untuk pengguna 6. Kerapian petugas
		<i>Assurance</i> (Jaminan) adalah kemampuan petugas LRT Jabodebek dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pengguna melalui pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan dalam memberikan layanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan petugas dalam menjawab pertanyaan pengguna terkait informasi rutin layanan kereta 2. Kesopanan dan keramahan petugas dalam berinteraksi dengan pengguna 3. Kemampuan petugas menjamin rasa aman bagi pengguna
		<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap), adalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan petugas dalam

		kesediaan petugas LRT Jabodebek dalam memberikan bantuan kepada pengguna dan menyelenggarakan pelayanan secara cepat.	<p>menyampaikan informasi terkait gangguan dan keterlambatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kesigapan petugas dalam merespon keluhan pengguna 3. Kesigapan petugas dalam membantu pengguna saat situasi darurat
		Empathy (Empati) adalah perhatian tulus yang diberikan oleh petugas LRT Jabodebek dengan berupaya memahami kebutuhan pengguna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian khusus terhadap kebutuhan pengguna prioritas 2. Sikap peduli petugas dalam membantu pengguna
Kepuasan Pengguna (Z)	Kepuasan Pengguna merupakan penilaian dan perasaan yang muncul sebagai respon emosional terhadap layanan LRT Jabodebek setelah pengguna membandingkan harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan.	Ekspektasi adalah harapan awal pengguna LRT Jabodebek terhadap kinerja layanan yang diharapkan akan dipenuhi oleh penyedia layanan, termasuk kebutuhan emosional. Harapan ini hadir sebelum pengguna menggunakan layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan terhadap ketenangan emosional selama perjalanan.
		Kinerja aktual yang dirasakan adalah penilaian subjektif pengguna terhadap performa aktual atau pengalaman nyata dari layanan LRT Jabodebek, termasuk pemenuhan kebutuhan emosional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketenangan emosional selama perjalanan
		Diskonfirmasi adalah perbandingan antara ekspektasi dan kinerja aktual yang dirasakan dari layanan LRT Jabodebek setelah menggunakan layanan. Ketika pengguna merasa kinerja aktual melebihi ekspektasi maka diskonfirmasi positif, apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi maka konfirmasi, dan apabila kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi maka diskonfirmasi negatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diskonfirmasi ketenangan emosional selama perjalanan

<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Behavioral Intention</i> adalah niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu di masa depan, seperti menggunakan kembali, merekomendasikannya layanan LRT Jabodebek kepada orang lain, dan kecenderungan untuk beralih ke layanan lain.	<i>Loyalty to the company</i> (loyalitas terhadap perusahaan) adalah komitmen pengguna untuk terus menggunakan LRT Jabodebek secara konsisten atau setia terhadap suatu layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadikan layanan sebagai pilihan utama 2. Merekomendasikan layanan kepada orang lain 3. Menggunakan layanan dalam jangka panjang
		<i>Propensity to switch</i> (Kecenderungan untuk beralih) adalah perilaku yang mencerminkan keinginan pengguna LRT Jabodebek untuk berpindah atau beralih ke penyedia layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensi untuk berpindah layanan
		<i>Willingness to pay more</i> (Kesediaan untuk membayar lebih) merupakan kondisi ketika pengguna bersedia melakukan pembayaran dengan biaya yang lebih tinggi untuk memperoleh manfaat tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesediaan pengguna membayar tarif yang lebih tinggi pada jam sibuk 2. Kesediaan membayar tarif lebih tinggi dibandingkan transportasi alternatif
		<i>External response to problem</i> (Respon eksternal terhadap masalah) adalah ketika pengguna mengekspresikan ketidakpuasan dengan menceritakan pengalamannya terhadap layanan LRT Jabodebek kepada pihak eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menceritakan pengalaman buruk kepada pihak di luar organisasi
		<i>Internal response to problem</i> (Respon internal terhadap masalah), yaitu menyampaikan ketidakpuasan atau keluhan layanan kepada pihak di dalam organisasi (pegawai).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyampaikan keluhan kepada pegawai 2. Menyampaikan keluhan melalui saluran resmi layanan

Sumber : *Formulasi Peneliti, 2025*

1.10 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian kuantitatif, metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah disertai pencegahan bias terutama bias konfirmasi melalui proses yang sistematis, terstruktur, dan bersifat objektif.

1.10.1. Tipe Penelitian

Penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Prasetyo dan Jannah (2006) menjabarkan terdapat tiga tipe penelitian, yaitu:

- a. Penelitian Eksploratif (*Explorative Research*). Tipe penelitian untuk menggali gejala atau fenomena baru atau belum pernah diketahui sebelumnya.
- b. Penelitian Deskriptif (*Descriptive Research*). Tipe penelitian untuk memberi detail mengenai gejala atau fenomena.
- c. Penelitian Eksplanatori (*Explanatory Research*). Tipe penelitian untuk memberikan gambaran mengenai hubungan sebab akibat antar variabel.

Berdasarkan perumusan masalah dan hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya maka tipe penelitian yang diterapkan adalah tipe penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian eksplanatori diterapkan oleh peneliti untuk menggambarkan dan membuktikan pengaruh signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui Variabel Intervening (Z)

1.10.2. Populasi dan Sampel

1.10.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang telah ditetapkan peneliti untuk diteliti dan dianalisis (Sugiyono, 2016). Populasi juga diartikan sebagai seluruh kelompok individu di mana kelompok ini memiliki atribut yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang sedang dieksplorasi (Shukla, 2020).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna layanan LRT Jabodebek. Berdasarkan laporan jumlah pengguna yang dipublikasikan melalui akun Instagram resmi @lrt_jabodebek, tercatat bahwa pada Januari - Juni 2025, LRT Jabodebek telah digunakan oleh lebih dari 13.040.403 orang. Jumlah tersebut digunakan sebagai dasar dalam penetapan populasi penelitian ini.

1.10.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang terpilih karena memiliki karakteristik yang merepresentasikan populasi tersebut diambil melalui prosedur tertentu agar bisa merepresentasikan populasi (Sugiyono, 2016). Sampel hadir karena populasi terlalu besar dan adanya keterbatasan dari peneliti. Dalam penelitian ini, rumus yang diterapkan untuk menentukan besaran sampel, yaitu rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Besarnya sampel penelitian

N : Total populasi penelitian (total pengguna LRT)

e^2 : Tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penentuan sampel atau disebut sebagai nilai kritis berkisar 1%, 5%, atau 10%.

Peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% dengan mempertimbangkan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan dana dalam penelitian. Berdasarkan total pengguna LRT Jabodebek triwulan I sebesar 6.351.283 maka jumlah sampelnya adalah :

$$n = \frac{13.040.403}{1 + 13.040.403(0,1)^2}$$

$$n = \frac{13.040.403}{1 + 130.404,03} = \frac{13.040.403}{130.405,03}$$

$$n = \mathbf{99,99923 \text{ (Pembulatan = 100)}}$$

Dengan menerapkan rumus di atas dan taraf kesalahan 10%, jumlah keseluruhan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pengguna LRT Jabodebek.

1.10.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan sampel adalah metode yang diterapkan untuk memilih sampel atau responden dalam penelitian (Pasolong, 2016). Dalam penelitian ini digunakan teknik *Nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2016). Responden penelitian ini dipilih dengan mengkombinasikan *convenience sampling* dan *purposive sampling*. *Convenience*

sampling adalah penentuan sampel berdasarkan kemudahan. Peneliti memiliki keleluasaan dalam memilih responden yang paling mudah dijangkau dan dijumpai serta dinilai memenuhi karakteristik (Umar, 2013). Teknik ini mempermudah peneliti saat pengumpulan data secara langsung di stasiun LRT Jabodebek dan secara *online* melalui WhatsApp, IG, Tiktok, dan X. Sementara itu, *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Terdapat pertanyaan filter yang untuk memastikan bahwa hanya responden yang sesuai dengan kriteria penelitian yang berpartisipasi dalam pengisian item pernyataan. Kombinasi kedua teknik ini memastikan bahwa responden sesuai dengan tujuan penelitian sekaligus mempermudah pengumpulan data dari 100 responden. Berikut merupakan kriteria dalam pengambilan sampel, yaitu :

1. Laki - laki atau perempuan minimal berusia 17 tahun
2. Menggunakan layanan LRT Jabodebek minimal 3 kali dalam satu minggu atau 12 kali dalam satu bulan
3. Kesiediaan mengisi kuesioner

1.10.4. Jenis dan Sumber Daya

1.10.4.1. Jenis Data

Jenis pengumpulan data dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu (Sugiyono, 2016):

a. Data Kualitatif

Data yang tidak dapat diukur dalam bentuk numerik, data ini berbentuk deretan kata, kalimat, dan skema. Cara mendapatkan

kualitatif adalah dengan melalui wawancara pada narasumber yang telah ditetapkan.

b. Data Kuantitatif

Data yang berupa kumpulan angka atau data yang diukur secara numerik. Dalam mengolahnya digunakan rumus matematika dan dianalisis dengan sistem statistik. Terdapat empat jenis data dalam data kuantitatif, yaitu nominal, ordinal, interval, dan rasio.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang didapatkan dari kuesioner (angket) untuk mengetahui Kepuasan Pengguna dan *Behavioral Intention* pengguna dari Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh LRT Jabodebek.

1.10.4.2. Sumber Data

Pengumpulan data melalui dua sumber data, yaitu (Sugiyono, 2016):

a. Sumber Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber pertama tanpa perantara. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner berupa *gform* kepada pengguna LRT Jabodebek dan observasi atau survei langsung ke stasiun LRT Jabodebek.

b. Sumber Data Sekunder.

Data yang diperoleh secara tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber pertama, tetapi berasal dari perantara atau laporan dari pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sosial media, jurnal penelitian terdahulu, laporan pemberitaan di media-media pemberitaan

yang kredibel, laporan tahunan, dan dokumen lain terkait penyelenggaraan LRT Jabodebek.

1.10.5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah pedoman yang digunakan untuk menentukan jarak interval antar kategori pada instrumen penelitian sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2016). Adapun jenis skala pengukuran, meliputi :

a. Ukuran Nominal

Tingkat pengukuran paling dasar di mana data dikategorikan berdasarkan label tanpa adanya hierarki tertentu, seperti jenis kelamin.

b. Ukuran Ordinal

Pengelompokkan data ke dalam kategori yang dapat diurutkan atau diberi peringkat berdasarkan kriteria. Jarak antar kategori tidak sama atau tidak dapat diukur secara pasti. Misalnya, untuk mengukur tingkat kepuasan maka terdapat urutan, yaitu sangat puas, puas, cukup, dan tidak puas.

c. Ukuran Interval

Pengukuran data numerik yang perbedaan antara nilainya bermakna dan konsisten, tetapi tidak memiliki nilai nol mutlak. Misalnya, suhu udara.

d. Ukuran Rasio

Pengukuran data rasio ini serupa dengan data interval, tetapi dilengkapi dengan titik nol mutlak yang menunjukkan tidak adanya karakteristik yang diukur. Misalnya, tinggi badan, berat badan, dan pemasukan.

Penelitian ini mengadopsi skala pengukuran ordinal untuk membandingkan dan mengelompokkan jawaban dari responden. Adapun skor penilaian yang

diberikan untuk setiap pertanyaan menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial tertentu dengan kategori jawaban yang disusun dalam rentang sangat setuju hingga sangat tidak setuju (Sugiyono, 2016). Skala pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1. 6 Skala Pengukuran

Skala	Kodifikasi	Nilai
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
Tidak Setuju	(TS)	2
Cukup	(C)	3
Setuju	(S)	4
Sangat Setuju	(SS)	5

Sumber : Sugiyono, 2016

Jawaban di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1;
- b) Pilihan jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2;
- c) Pilihan Jawaban Cukup (C) diberi nilai 3;
- d) Pilihan jawaban Setuju (S) diberi nilai 4;
- e) Pilihan jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5.

1.10.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian (Nazir, 2014). Terdapat beberapa teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2016), yaitu :

a. Teknik Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan terstruktur kepada responden. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner campuran atau *mixed questionnaire* dari kuesioner tertutup dan terbuka. Responden perlu memilih jawaban dari opsi yang tersedia dan disediakan kolom alasan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai alasan responden dalam memberikan penilaian tersebut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada pengguna LRT Jabodebek secara langsung di stasiun LRT Jabodebek dan tidak langsung melalui WhatsApp, baik grup percakapan kampus, organisasi, dan teman yang pernah menggunakan LRT Jabodebek.

b. Teknik Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap kondisi nyata di lapangan. Teknik pengumpulan ini sesuai untuk penelitian yang berkaitan dengan perilaku individu/kelompok. Peneliti melaksanakan observasi partisipatif dengan terlibat langsung dalam kegiatan subjek yang sedang diamati, termasuk menjadi pengguna LRT Jabodebek dan observasi non-partisipan, yaitu hanya mengamati beberapa aspek yang diperlukan, seperti ketepatan waktu dan kebersihan.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis dan sumber lain yang

digunakan untuk memperkuat, memvalidasi, dan melengkapi data-data pendukung penelitian. Dokumentasi yang dibutuhkan di penelitian ini, yaitu jurnal dan dokumen resmi terkait LRT Jabodebek, seperti laporan operasional, keluhan pengguna, dan lainnya.

1.10.7. Teknik Analisis

Teknik analisis adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data melalui perhitungan guna menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah disusun (Sugiyono, 2016). Sebelum melakukan analisis data, terdapat tahap pengolahan data untuk memudahkan pemahaman dan penyampaian informasi. Terdapat beberapa tahap pengolahan data menurut Sugiyono (2016), yaitu :

1. *Editing*. Tahap mengoreksi kembali data yang diperoleh dari kuesioner untuk menghindari adanya kesalahan selama pengumpulan data.
2. *Coding*. Tahap memberikan kode pada data yang telah diproses untuk merepresentasikan jawaban responden dalam kuesioner yang dianalisis.
3. *Tabulating*. Tahap menyusun data ke dalam tabel berdasarkan pengkodean yang telah ditentukan dan menghitung data yang telah dikodekan untuk memudahkan analisis.

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis digunakan untuk mengolah data berbentuk angka yang dikelompokkan dalam tabel statistik. Data yang telah dikelompokkan digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dan menganalisis pengaruh antarvariabel penelitian. Perangkat lunak yang digunakan adalah SmartPLS 4 dengan metode PLS-SEM untuk analisis

kuantitatif. Ada dua submodel yang akan diukur, yaitu *inner model* dan *outer model*.

1.10.7.1 Model pengukuran (*Outer Model*)

Outer model berfungsi untuk menguji hubungan antara konstruk dan indikator pengukurnya melalui *factor loading* untuk memastikan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen bertujuan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator yang mengukur konstruk sama memiliki korelasi yang kuat (Hair et al., 2017). Pengujian validitas ini dapat diukur berdasarkan output analisis PLS-SEM yang mencakup indikator *loadings* dan *cross-loadings* dengan syarat nilai faktor *loading* $\geq 0,70$ untuk setiap indikator konstruk dan *Average Variance Extracted* (AVE) $\geq 0,50$.

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk menguji apakah konstruk (variabel laten) dalam penelitian berbeda satu sama lain atau indikator konstruk tidak saling tumpang tindih (Hair et al., 2017). Henseler et al. (2015) menjelaskan bahwa untuk mengukur validitas diskriminan lebih unggul diukur menggunakan HTMT karena sensitivitas pengujian *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross Loading* rendah sehingga kurang mampu mendeteksi masalah validitas diskriminan. Validitas diskriminan dapat diukur melalui kriteria *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dengan syarat $< 0,85$.

3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa suatu item atau indikator dalam instrumen dapat memberikan hasil yang konsisten dan akurat (Hair et al., 2017). Pengujian dapat dianggap reliabel nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* $>0,70$.

1.10.7.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model merupakan model struktural yang berfungsi untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan hipotesis penelitian. Untuk dapat menjelaskan sejauh mana model struktural memprediksi dapat melalui beberapa uji, yaitu :

1. Uji Kolinearitas Model

Uji Kolinearitas bertujuan untuk memastikan ada atau tidaknya tingkat hubungan yang tinggi antar variabel prediktor, yaitu variabel bebas dan mediator di dalam penelitian (Hair et al., 2017). Pengujian ini dievaluasi melalui nilai *Variance Inflation Factor* dengan kriteria $VIF >5$ yang berarti ada masalah kolinearitas dan $VIF <5$ berarti tidak ada masalah kolinearitas.

2. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan variabel eksogen menjelaskan variabel endogen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi artinya semakin kuat hubungan antar kedua variabel. Kriteria nilai *R-Square* adalah 0,75 (besar), 0,50 (moderat), dan 0,25 (kecil) (Hair et al., 2017). Berbeda dengan regresi berganda yang menggunakan nilai *R-adjusted Square*, regresi sederhana menggunakan nilai *R-Square*.

Nilai koefisien yang semakin dekat dengan 1 mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen kuat sedangkan semakin dekat dengan 0 mengindikasikan kemampuan menjelaskan yang rendah.

3. Ukuran Efek (*F-square*)

F-Square digunakan untuk menilai besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Kategori nilai *F-Square* meliputi 0,02 yang menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar (Hair et., 2017)

4. Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Analisis jalur merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji kekuatan dan arah pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung maupun tidak langsung. Pengujian hipotesis yang menghasilkan arah hubungan dan signifikansi dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping*. Berdasarkan hipotesis penelitian, yaitu *directional* atau menyatakan arah, berpengaruh positif dan tidak berpengaruh positif maka menggunakan *one-tailed test* dengan *t-statistics* sebesar $>1,65$ dan *p-values* $<0,05$ (Hair et al., 2017). Terdapat dua jenis pengaruh dalam analisis jalur yang dianalisis, yaitu:

a. Pengujian Secara Langsung (*Direct Effect*)

Direct Effect berfungsi untuk menguji hipotesis pengaruh langsung variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) tanpa adanya pengaruh variabel perantara. *Direct Effect*

dilakukan dengan melihat *output path coefficient* setelah melakukan uji *bootstrapping*. Pengujian ini melihat skor *t-statistics* bernilai $>1,65$ dan *p-value* bernilai $<0,05$ apabila berpengaruh signifikan (Hair et al., 2017).

b. Pengujian Secara Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Indirect Effect berfungsi untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel *Intervening* sebagai mediator. *Indirect effect* dilihat pada *output specific indirect effect* setelah melakukan uji *bootstrapping*. Kriteria untuk pengujian ini adalah skor *t-statistics* bernilai >1.65 dan *p-value* bernilai $<0,05$ apabila berpengaruh signifikan (Hair et al., 2017)