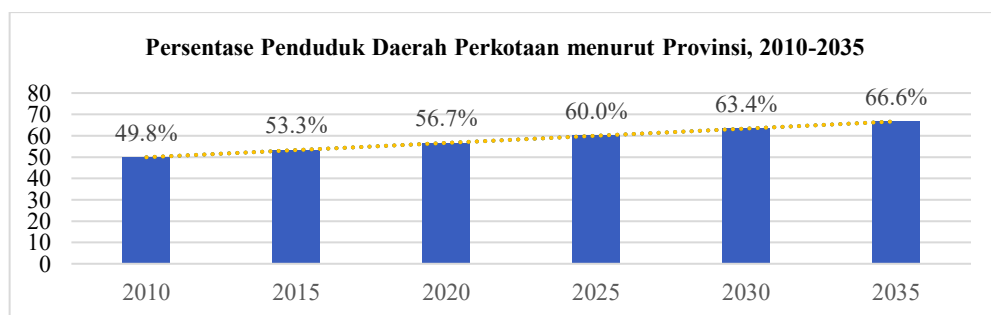


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk yang tinggi setelah India, Tiongkok, dan Amerika Serikat (Pangestu, 2020, hal. 1) dengan akumulasi 284.438.800 jiwa dan pertumbuhan penduduk sebesar 1,09% pada pertengahan 2025 yang dilansir dari BPS. Pertumbuhan penduduk mendorong laju urbanisasi yang signifikan, hal ini menjadi tantangan penduduk perkotaan. BPS memperkirakan 56,7% penduduk Indonesia menduduki perkotaan 2020, angka ini diproyeksikan naik menjadi 66,6% pada 2035. Bank Dunia memperkirakan bahwa pada 2045, 220 juta orang (70% populasi Indonesia) akan tinggal di wilayah metropolitan. Daerah Khusus Jakarta menjadi tujuan utama, dengan 1,25 juta komuter dari Bodetabek pada 2019. Jabbodetaekpunjur adalah kota metropolitan terkaya di Indonesia yang menyumbang separuh ekonomi nasional. Everett, S Lee 1970 dalam Purwanto, (2007:2017), dikutip dalam (Fajrin dkk., 2021, hal. 85) mengatakan penduduk diperkirakan tinggal di Perkotaan karena: 1) Urbanisasi; 2) Perubahan taraf hidup; 3) Ketersediaan lapangan pekerjaan; 4) Akses Pendidikan.



Gambar 1.1 Persentase Penduduk Daerah Perkotaan Indonesia (2010-2025)
Sumber: Badan Pusat Statistik, (2020) Telah diolah kembali.

Menurut Ischak 2001 dalam (Rijal & Tahir, 2022, hal. 264), urbanisasi dipengaruhi oleh; (a) Menipisnya sumber daya alam yang mengurangi daya dukung lingkungan yang berakibat pada semakin sulitnya mendapatkan bahan baku, seperti sumber makanan dan hasil pertanian, di daerah asal; (b) Terbatasnya lapangan pekerjaan di daerah asal, misalnya petani yang kehilangan lahan subur akibat pembangunan infrastruktur daerah; (c) Tekanan sosial, termasuk faktor politik, agama, dan etnis yang melanggar hak asasi manusia di daerah asal; (d) Motivasi yang berkaitan dengan pendidikan, pekerjaan, atau pernikahan; (e) Bencana alam, termasuk banjir, kebakaran, gempa bumi, tsunami, kekeringan, atau wabah penyakit yang melanda daerah asal. Terjadinya urbanisasi mengakibatkan lonjakan jumlah penduduk secara signifikan dalam segi pengelolaan ruang, infrastruktur dan permukiman.

Urbanisasi berdampak langsung pada sistem transportasi yang berperan krusial dalam meningkatkan mobilitas, produktivitas, dan pertumbuhan ekonomi lintas sektor (Ramdhani Harahap, 2013, hal. 42). Sistem transportasi yang efektif mendukung pergerakan yang cepat, aman, dan efisien, serta memperluas akses terhadap tempat kerja, pendidikan, layanan publik, dan pusat ekonomi. Transportasi publik berkontribusi terhadap pembangunan nasional dan memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, Dagun dalam Rifusua Agus (2010) dikutip dalam (Ivon Meylani Sinaga, 2017, hal. 166) mengungkapkan bahwa transportasi yang baik bagi pelayanan publik harus memenuhi tiga kriteria dasar, yaitu kenyamanan.

Sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, kota metropolitan memiliki peran besar dalam menggerakkan arus barang dan mobilitas penduduk dari serta menuju daerah sekitarnya. Peningkatan aktivitas ekonomi dan transportasi di kawasan perkotaan berdampak signifikan terhadap kondisi lalu lintas yang sudah ada, meningkatkan kebutuhan akan infrastruktur transportasi massal, serta memberikan tekanan pada lingkungan perkotaan. Selain itu, tingginya mobilitas di kota besar juga menyebabkan peningkatan konsumsi energi dan perubahan pada struktur tata ruang kota.

Menurut Mardiyanto, R. Ismowati, M. (2017) dikutip dalam (Febrianto dkk., 2024), tujuan dalam penyelenggaraan pelayanan publik adalah kepuasan masyarakat, dimana menempatkan masyarakat sebagai penerima layanan menjadi faktor terpenting dalam upaya penyelenggaraan pelayanan publik yang berkualitas. Sehingga masyarakat percaya untuk menyerahkan segala kebutuhan hak-hak dasarnya kepada pemerintah. Gibson dkk (1987), Wexley dan Yulk (1988) dalam (Harbani Pasolong, 2019), menjelaskan bahwa kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebutuhan seseorang (pelanggan). Artinya, jika kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang tersebut merasa puas, demikian pula sebaliknya. Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*) (Pasolong, H., 2019). Menurut Sinambela (2010:6) dalam (Febrianto dkk., 2024, hal. 5) secara teoritis pelayanan publik memiliki tujuan yang pada dasarnya untuk memuaskan masyarakat.

Transportasi sering disebut sebagai urat nadi kota dan daerah karena menyediakan hubungan penting dari populasi yang terus bergerak di daerah ini, sehingga membantu membentuk wilayah tersebut (Vuchic, 1999) dalam (Poliak dkk., 2017). Untuk mempromosikan lingkungan perkotaan yang berkelanjutan dan layak huni, transportasi pribadi, kendaraan umum dan kendaraan tak bermotor harus saling melengkapi satu sama lain dengan membentuk sistem terpadu yang seimbang. Menurut (Oktariansyah dkk., 2017) Keberadaan pelayanan angkutan umum yang handal akan mampu mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan kendaraan pribadi dan mengurangi serta kemacetan di jalan kota Palembang. Salah satu aspek transportasi yang menyangkut hajat hidup orang banyak adalah angkutan umum. Penataan sistem transportasi dan pelayanan angkutan umum secara terpadu sebagai satu kesatuan sistem transportasi nasional agar mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang seimbang dengan tingkat kebutuhan/permintaan.

Bus Rapid Transit (BRT) adalah sistem angkutan umum berbasis bus yang bertujuan menggabungkan kapasitas dan kecepatan kereta api dengan fleksibilitas dan biaya yang lebih rendah dari sistem bus (Levinson dkk., 2003; Canadian Urban Transit Association, 2004) dalam (Zheng dkk., 2021). BRT umumnya lebih unggul daripada bus konvensional dalam hal kecepatan, kenyamanan, frekuensi layanan, dan keandalan jadwal (Cain dkk., 2009) dalam (Zheng dkk., 2021). Kepuasan penumpang merupakan kriteria penting untuk mengevaluasi kinerja BRT. Secara khusus, lembaga transportasi ingin mengetahui kinerja layanan BRT saat ini yang berorientasi pada penumpang serta pentingnya masing-masing atribut layanan.

Kepuasan masyarakat terhadap lembaga publik berperan penting dalam membangun dan membuat kepercayaan publik. Lupiyoadi (2006:144) dalam (Maulani & Santoso, 2025) menyatakan bahwa faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan masyarakat adalah persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Pelayanan publik merupakan salah satu tugas utama pemerintah dalam memberikan layanan kepada masyarakat.

Kepuasan penumpang merupakan indikator penting kualitas layanan angkutan umum dari sudut pandang pelanggan (Aniley dan Negi, 2010; Ojo, 2019) dalam (Zheng dkk., 2021), karena kepuasan menjadi dasar loyalitas pelanggan (Zhao dkk., 2014). Survei kepuasan penumpang sering digunakan untuk mengumpulkan pendapat penumpang mengenai atribut layanan tertentu dan sistem angkutan umum secara keseluruhan. Studi sebelumnya menjelaskan pada fokus evaluasi kepuasan penumpang terhadap kualitas berbagai layanan dan kepuasan keseluruhan mereka terhadap sistem BRT. Seperti pada penelitian oleh, Wan dkk. (2016a) meneliti hubungan antara kepuasan keseluruhan penumpang dan faktor-faktor pendorong layanan BRT di Kota New York, dan menemukan bahwa frekuensi, ketepatan waktu, dan kecepatan merupakan faktor terpenting. Dengan melakukan survei kuesioner, Deng dan Nelson (2012) mengungkapkan bahwa sistem BRT Beijing Southern Axis populer di kalangan penumpang dan memiliki dampak positif terhadap daya tarik properti perumahan, sementara pengguna yang terikat lebih puas daripada pengguna yang memilih dengan sistem BRT dan beberapa atribut layanan seperti keandalan, kenyamanan, dan kebersihan.

Penelitian sebelumnya juga mengidentifikasi atribut layanan yang lebih terkait dengan kepuasan keseluruhan, atau menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan penumpang. Baltes (2003) dalam (Zheng dkk., 2021) menyimpulkan dari dua survei di dalam kendaraan pada sistem BRT di Miami dan Orlando, Florida, bahwa frekuensi layanan, kenyamanan, waktu perjalanan, dan keandalan layanan lebih penting bagi kepuasan penumpang secara keseluruhan. Mahmoudi dkk. (2010) dalam (Zheng dkk., 2021) menemukan bahwa layanan BRT, kecepatan BRT, perilaku pengemudi, dan ergonomi semuanya secara signifikan terkait dengan kepuasan penumpang BRT di Kota Tehran. Cao dkk. (2016) dalam (Zheng dkk., 2021) menemukan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan saat berkendara, dan kenyamanan saat menunggu adalah tiga atribut paling berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan terhadap BRT di Guangzhou, China. Wan dkk. (2016b) dalam (Zheng dkk., 2021) meneliti BRT di Kota New York dan menyimpulkan bahwa keandalan dan waktu perjalanan merupakan kekhawatiran umum bagi semua penumpang BRT, sementara penyediaan informasi, kenyamanan, dan kemudahan relatif lebih penting bagi penumpang di rute-rute di area dengan penggunaan lahan komersial yang lebih sedikit.

Dalam hal kualitas layanan, layanan yang baik akan tercermin dalam bukti fisik, yang menunjukkan bahwa layanan tersebut secara fisik sangat baik. Penting juga untuk dicatat bahwa layanan harus mampu membangun kepercayaan, di mana keandalan dan responsivitas memainkan peran penting dalam hal ini. Selain itu, jaminan dan empati juga menjadi faktor utama dalam mencapai kualitas layanan yang baik (Arif dkk., 2022). Telah dianalisis berulang kali bahwa kualitas layanan

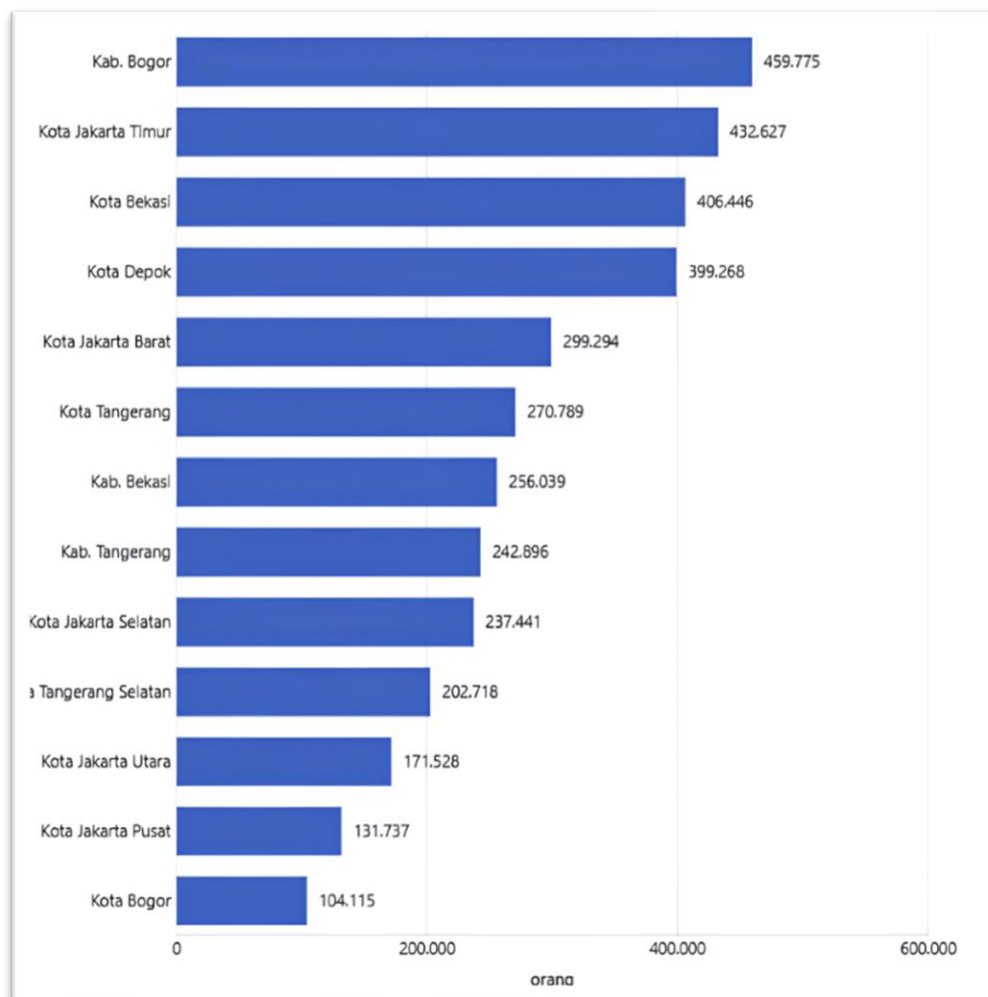
memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, untuk mencapai kualitas layanan yang unggul, seseorang harus memilih staf dan teknisi yang berkualitas dalam proses operasional bisnisnya (Chaerudin & Syafarudin, 2021).

Penduduk dari daerah pedesaan maupun kota-kota kecil cenderung bermigrasi ke kota besar karena faktor seperti harapan hidup yang lebih tinggi, peluang kerja yang lebih luas, serta fasilitas dan infrastruktur yang lebih memadai untuk menunjang kehidupan mereka. Daya tarik kota metropolitan sebagai pusat ekonomi dan sosial semakin mempercepat proses urbanisasi. Diperkirakan, dalam 10 hingga 15 tahun mendatang, lebih dari setengah populasi Indonesia akan tinggal di perkotaan, yang berpotensi menimbulkan tantangan besar bagi pengelolaan kota-kota besar di seluruh negeri.

Peningkatan aktivitas masyarakat mendorong kebutuhan akan layanan transportasi yang lebih luas dan bermutu, mencakup aspek keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, dan efisiensi (Kamaludin, 2003: 13-14 dalam (Tri Juliyanto, 2015). Jakarta sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Asia Tenggara, bersama wilayah Jabodetabek yang berpenduduk sekitar 33,9 juta jiwa, menghadapi tantangan mobilitas yang kompleks. Untuk meningkatkan layanan transportasi publik, Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Jakarta merevisi Peraturan Gubernur No. 13 Tahun 2019 tentang Standar Pelayanan Minimum TransJakarta, guna mendorong peralihan dari kendaraan pribadi ke angkutan umum.

Transportasi umum adalah tanggung jawab pemerintah pusat dan daerah sebagai bagian dari penyelenggaraan pelayanan publik yang mencakup penyediaan

barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan ketentuan perundang-undangan (Hardiyansyah, 2011: 11 dalam (Ade Setyawan, 2016). Seiring meningkatnya mobilitas penduduk, terutama dalam konteks urbanisasi dan migrasi harian, pola perjalanan komuter kian dominan, khususnya di wilayah Jabodetabek, di mana sejumlah besar penduduk melakukan perjalanan lintas kabupaten/kota dalam waktu kurang dari 24 jam untuk bekerja.



Gambar 1.2 Jumlah Pekerja Komuter di Jabodetabek Berdasarkan Tempat Tinggal (Oktober 2023)

Sumber: Badan Pusat Statistik, (2023)

Dilansir dari *Institute for Transportation and Development Policy* (ITDP), Bus Rapid Transit (BRT) dianggap sebagai pilihan transportasi yang dapat diandalkan karena kemampuannya untuk mengatasi kesulitan angkutan umum melalui penyediaan layanan yang cepat, terintegrasi, dan berfokus pada keselamatan dan kenyamanan pengguna. Karena BRT menyediakan lajur khusus dan halte yang umumnya terletak di median jalan, menerapkan sistem pembayaran tap-in & tap-out yang efisien, serta memastikan frekuensi dan kecepatan bus yang tinggi. BRT dinilai menjadi solusi dari terjebak kemacetan lalu lintas, gangguan akibat penumpang naik dan turun di halte tepi jalan, serta kerugian pendapatan dari pembelian tiket di dalam bus.

BRT memiliki waktu konstruksi dan implementasi yang relatif singkat dibandingkan dengan sistem berbasis rel, karena memerlukan pengembangan infrastruktur baru yang minimal, yang sebaliknya akan memakan waktu dan biaya lebih besar. Hal ini pada akhirnya mengarah pada penurunan tarif bagi pengguna. Proses akuisisi lahan yang disederhanakan terkait dengan konstruksi BRT memungkinkan sistem tersebut mulai beroperasi dan melayani masyarakat lebih cepat. Keuntungan lain dari sistem BRT adalah fleksibilitasnya yang lebih unggul dibandingkan sistem transportasi umum berbasis rel. Sistem BRT dapat menjangkau wilayah metropolitan yang tidak dapat dijangkau oleh sistem rel karena keterbatasan infrastruktur. Jika otoritas kota benar-benar mendorong pengembangan layanan BRT berkapasitas tinggi dengan cakupan luas, tidak mengherankan jika kapasitas penumpang sistem BRT dapat menyamai atau melebihi kapasitas sistem LRT.

Tabel 1.1 Pilihan Transportasi Umum Massal Bertrayek Komuter

No	Tempat Tinggal	Jenis Angkutan Umum Massal Bertrayek		
		Bus Transjakarta	Kereta	MRT/LRT
		(2)	(3)	(4)
1.	Jakarta Selatan	151.949	55.363	10.874
2.	Jakarta Timur	250.242	51.569	28.379
3.	Jakarta Pusat	51.218	45.980	6.871
4.	Jakarta Barat	161.983	50.463	–
5.	Jakarta Utara	130.492	9.254	8.676
6.	Bogor	1.776	107.378	2.504
7.	Bekasi	10.459	76.670	3.584
8.	Kota Bogor	5.853	8.644	–
9.	Kota Bekasi	59.823	80.998	28.382
10.	Kota Depok	46.643	112.684	5.593
11.	Tangerang	634	51.203	819
12.	Kota Tangerang	70.946	28.917	444
13.	Kota Tangerang Selatan	57.335	55.764	900
Total		999.353	734.887	97.026

Sumber: Badan Pusat Statistik, (2024) Telah diolah kembali

Bus Transjakarta menjadi moda utama bagi komuter, dengan total pengguna mencapai 999.353 orang. Mayoritas pengguna Transjakarta berasal dari wilayah metropolitan utama Provinsi Daerah Khusus Jakarta, dengan Jakarta Timur (250.242), Jakarta Barat (161.983), dan Jakarta Selatan (151.949) yang adalah wilayah dengan jumlah penumpang tertinggi. Berdasarkan laporan Kompas.com pada 23 Desember 2024, rute Transjakarta koridor 1 Blok M– Kota adalah salah satu koridor tersibuk dan paling banyak terintegrasi dengan rute lain, termasuk koneksi dengan KRL di Stasiun Kota dan Sudirman serta LRT Jabodebek di halte Dukuh Atas 1 dan Tosari. Hal ini didukung oleh lokasinya yang strategis yang diiringi kawasan bisnis Sudirman-Thamrin, pusat pemerintahan, kawasan perdagangan di Pasar Baru dan Glodok, serta wisata bersejarah Kota Tua menjadikan alasan lain mengapa Koridor 1 menjadi koridor tersibuk sehingga

meningkatkan volume pengguna harian. Perpaduan antara kepadatan kegiatan ekonomi, integrasi transportasi, dan konektivitas dengan kawasan perkantoran dan perdagangan menempatkan Koridor 1 sebagai salah satu jalur yang paling banyak digunakan dalam sistem Transjakarta.

Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Transjakarta Perhalte Koridor 1 Tahun 2024

No.	Rute	2024
1.	BLOK M	1,513,894
2.	MASJID AGUNG	433,090
3.	BUNDARAN SENAYAN	1,502,546
4.	GELORA BUNG KARNO	2,318,379
5.	POLDA METRO JAYA	677,778
6.	BENDUNGAN HILIR	548,107
7.	KARET	1,507,540
8.	DUKUH ATAS	730,083
9.	TELUK BETUNG	1,110,738
10.	BUNDARAN HI ASTRA	2,207,221
11.	KEBON SIRIH ARAH BLOK M	368,945
12.	KEBON SIRIH ARAH KOTA	139,688
13.	MONUMEN NASIONAL	987,182
14.	TAMAN SARI	565,016
15.	GLODOK	947,220
16.	KOTA	1,203,620
17.	KEJAKSAAN AGUNG	476,767
18.	ASEAN	419,811
19.	MH THAMRIN	1,357,350
20.	HARMONI ARAH BLOK M	912,096
21.	SAWAH BESAR ARAH BLOK M	376,272
22.	MANGGA BESAR ARAH KOTA	558,259
TOTAL		20,861,602

Sumber: PPID PT. Transjakarta 2024 Telah diolah kembali

Data dari Januari 2024-2025 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengguna Transjakarta, terutama di Koridor 1 (Blok M - Kota). Rata-rata peningkatan jumlah pengguna adalah 251.591, meningkat dari 1.704.217 pada tahun 2024 menjadi 1.955.808 pada tahun 2025. Selain itu, Koridor 1 menunjukkan

frekuensi keberangkatan dan tujuan tertinggi, dengan total penumpang sebesar 20.861.793 penumpang pada tahun 2024. Jumlah pengguna yang signifikan menunjukkan bahwa layanan BRT di sepanjang koridor ini adalah pilihan utama untuk mobilitas masyarakat di Jakarta. Peningkatan jumlah penumpang yang terus menerus mengharuskan penyedia layanan BRT Transjakarta untuk meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi harapan pengguna dan mempertahankan tingkat kepuasan penumpang. Hal ini mencakup ketepatan waktu, kenyamanan, dan efisiensi dalam pengelolaan armada dan halte di sepanjang rute Blok M- KOTA.

Tabel 1.3 Jumlah Pengguna Transjakarta 2024-2025 (Pada Bulan Januari)

No.	Koridor	2024	2025
1.	Blok M - Kota	1,704,217	1,955,808
2.	Pulogadung 1 - Harmoni	888,645	989,440
3.	Kalideres - Pasar Baru	838,276	927,878
4.	Pulogadung 2 - Dukuh Atas 2	544,251	444,750
5.	Kampung Melayu - Ancol	819,817	907,970
6.	Ragunan - Dukuh Atas 2	847,658	932,435
7.	Kampung Rambutan - Kampung Melayu	693,909	795,224
8.	Lebak Bulus- Harmoni	962,574	1,051,812
9.	Pinang Ranti - Pluit	1,518,893	1,727,097
10.	Cawang Sutoyo - Tanjung Priok	677,574	694,403
11.	Pulo Gebang - Kampung Melayu	256,359	273,813
12.	Tanjung Priok - Pluit	276,983	286,009
13.	CBD Ciledug -Tendean	1,065,113	1,123,899
14.	Senen - JIS (Jakarta Internasional Stadium)	27,990	58,239

Sumber: PPID PT. Transjakarta Telah diolah Kembali (2025)

Transportasi umum menjadi komponen penting dalam kehidupan perkotaan, terutama Kota Jakarta dimana Jakarta sendiri sebagai kota Metropolitan. Sebagai ibukota negara, Jakarta menghadapi masalah kemacetan lalu lintas yang semakin parah sehingga membutuhkan sistem transportasi yang efektif, efisien, dan nyaman. Salah satu solusi yang dieksekusi adalah Bus Rapid Transit (BRT) JakLingko. BRT

JakLingko, sebagai sarana transportasi massal, diharapkan dapat mengurangi kemacetan dan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat. Kualitas layanan dan pengelolaan keluhan pengguna adalah faktor penting dalam menilai efektivitas sistem transit ini. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan BRT JakLingko telah menunjukkan peningkatan yang signifikan. Menurut data dari Dinas Perhubungan Daerah Khusus Jakarta yang dikutip melalui JaKita.jakarta.go.id, jumlah pelanggan BRT JakLingko telah meningkat rata-rata 54,60% setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin memilih transportasi umum sebagai moda transportasi utama mereka. Namun, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna, terdapat keluhan mengenai kualitas layanan dan penyelesaian keluhan yang perlu ditingkatkan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memperkirakan 56,7% penduduk Indonesia tinggal di perkotaan pada 2020, dan angka ini diproyeksikan meningkat menjadi 66,6% pada 2035. Bank Dunia memperkirakan bahwa pada 2045, 220 juta orang (70% populasi Indonesia) akan tinggal di wilayah metropolitan. Daerah Khusus Jakarta menjadi tujuan utama, dengan 1,25 juta komuter dari Bodetabek pada 2019. Urbanisasi ini berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memicu masalah seperti kemacetan, permukiman kumuh, kejahatan, dan polusi. Selain itu, daerah yang terabaikan akan mengalami penurunan ekonomi akibat terkonsentrasinya penduduk produktif di kota besar.

Bus TransJakarta pada awalnya dikelola oleh Badan Pengelola TransJakarta Busway. Badan Pengelola TransJakarta Busway adalah badan non-struktural yang didirikan berdasarkan Keputusan Gubernur No. 110/2003. Pengelolaan bus

TransJakarta dialihkan ke Badan Layanan Umum (BLU) TransJakarta pada tanggal 4 Mei 2006. UPT ini beroperasi di bawah Dinas Perhubungan Daerah Khusus Jakarta sesuai dengan Peraturan Gubernur Daerah Khusus Jakarta No. 48 tahun 2006. Pada tanggal 27 Maret 2014, pengelolaan bus TransJakarta dialihkan ke Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) bernama PT Transportasi Jakarta (TransJakarta). Dikutip dari DPRD Provinsi Daerah Khusus Jakarta, TransJakarta mengoperasikan minimal tujuh jenis bus. Kategori bus yang ada di jalan meliputi *articulate bus*, *low entry bus*, *double decker bus*, *maxi bus*, *single bus*, *medium bus*, dan *mikrotrans*. Pada tahun 2020, TransJakarta mengoperasikan total 4.079 bus. Saat ini, operator memiliki 3.203 bus, sementara 876 bus dikelola secara mandiri. TransJakarta saat ini mengoperasikan 13 koridor. TransJakarta mengoperasikan sekitar 200 halte. Menurut infografis dari TransJakarta, tiga koridor terpadat dari layanan TransJakarta adalah koridor 1 (Blok M-Kota), koridor 9 (Pinang Ranti-Pluit), dan koridor 13 (Puri Beta-Tegal Mampang).

Rute BRT Koridor 1 menjadi rute dengan tingkat okupansi tertinggi dibanding rute lainnya. Dilansir dari statistik TransJakarta, rata-rata pelanggan tertinggi harian berada di Koridor 1 sebanyak 23.731 pelanggan, diikuti Koridor 9 sebanyak 18.602 pelanggan perhari. Keluhan banyak disampaikan oleh para pengguna melalui media sosial customer care TransJakarta yakni X, instagram, atau pun WhatsApp. Namun, dengan permasalahan mengenai peningkatan jumlah pengguna, terdapat keluhan mengenai kualitas pelayanan dan penanganan aduan yang masih perlu diperbaiki. Masalah-masalah seperti keterlambatan bus, kondisi armada yang kurang terawat, serta ketidaknyamanan penumpang dalam hal

kebersihan dan keamanan masih sering ditemui. Aduan pengguna terkait pelayanan tersebut seringkali belum ditangani secara optimal, yang akhirnya berdampak pada kepuasan pengguna. Tingginya volume aduan yang masuk ke pihak pengelola BRT JakLingko mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pengguna dan kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan yang baik adalah faktor utama dalam menciptakan kepuasan pengguna transportasi publik. Pelayanan yang mencakup ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan, dan kemudahan akses dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan BRT. Selain itu, penanganan aduan yang cepat dan solutif juga menjadi indikator penting dalam mengukur responsivitas pengelola terhadap kebutuhan pengguna. Penting untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dan penanganan aduan mempengaruhi kepuasan pengguna BRT JakLingko. Kondisi ideal yang diharapkan adalah BRT JakLingko mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas tinggi, diikuti penanganan aduan yang responsif dan solutif. Dalam kondisi ini, pengguna akan merasakan kepuasan yang tinggi dan cenderung loyal terhadap layanan BRT. Jika tingkat kepuasan yang baik, masyarakat akan lebih terdorong untuk menggunakan transportasi publik, sehingga tujuan pengurangan kemacetan dan peningkatan kualitas hidup di Daerah Khusus Jakarta dapat tercapai.

Isu ini dipilih karena adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan layanan transportasi umum di Jakarta, karena BRT JakLingko adalah elemen penting dari sistem angkutan massal yang diandalkan oleh masyarakat. Pentingnya kualitas layanan dan manajemen keluhan sangat penting untuk memastikan kinerja

dan keberlanjutan sistem angkutan umum ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan ide-ide untuk meningkatkan kualitas layanan dan menerapkan taktik manajemen keluhan yang efektif untuk meningkatkan kebahagiaan pengguna. Ketidakpuasan pengguna terhadap kualitas layanan dan manajemen pengaduan menjadi suatu permasalahan yang dilakukan oleh pengelola BRT Jak Lingko. Kesenjangan antara harapan pengguna dan layanan aktual yang diberikan menimbulkan kesulitan yang harus diatasi agar BRT JakLingko dapat menjadi pilihan transportasi utama di Jakarta.

Kebutuhan akan transportasi umum yang efisien dan dapat diandalkan di Jakarta semakin mendesak seiring meningkatnya jumlah penduduk perkotaan. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah sistem BRT Jaklingko yang diharapkan dapat mengatasi masalah kemacetan sekaligus meningkatkan mobilitas masyarakat. Jumlah pengguna yang terus meningkat diiringi dengan berbagai keluhan terkait kualitas layanan dan penanganan aduan yang masih memerlukan perbaikan signifikan. Pengguna BRT mengeluhkan masalah keterlambatan, kebersihan, jumlah armada yang memadai, hingga ketidakpuasan dalam penanganan aduan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan layanan yang diberikan, yang berdampak negatif pada kepuasan pengguna yang harus segera diperbaiki.

Skor persepsi pelanggan yang justru mengalami penurunan pada aspek penting, yakni; 1) Tepat waktu: menurun ($784 \Rightarrow 783$); 2) Peduli dan tanggap: menurun cukup signifikan ($829 \Rightarrow 819$). Hal ini berkorelasi langsung dengan masalah yang diidentifikasi, seperti; 1) Ketidaktepatan jadwal (masalah headway &

kepadatan halte); dan 2) Respons lambat atas keluhan (mekanisme penanganan aduan).

Tabel 1.4 Skor Persepi Pelanggan

Uraian	2021	2022	GAP	Status
Murah	8.93	9.06	+1.46%	Naik
Terjangkau	8.13	8.16	+0.37%	Naik
Tepat waktu	7.84	7.63	-2.68%	Turun
Bebas Polusi	8.21	8.13	-0.97%	Turun
Peduli dan Tanggap	8.29	8.19	-1.21%	Turun
Aman	8.24	8.38	+1.70%	Naik
Modern	8.27	8.13	-1.69%	Turun

Sumber: Laporan Tahunan Transjakarta, (2021-2022) Telah diolah kembali

Dilansir dari annual report PT. Transportasi Jakarta, data aduan terhadap perusahaan laporan yang diterima sepanjang 2021-2023 sebagai berikut:

Tabel 1.5 Jumlah Aduan BRT Transjakarta 2022-2024

Bulan	Pertanyaan	Keluhan	Saran	Apresiasi	Total
Januari	41.333	8.333	1.326	163	51.155
Februari	33.344	7.806	927	98	42.175
Maret	38.200	7.018	770	116	46.104
April	45.889	7.733	1.125	80	54.777
Mei	51.403	10.095	1.606	179	63.283
Juni	65.865	12.473	2.039	211	80.588
Juli	63.512	12.946	1.829	205	78.536
Agustus	62.763	15.400	1.928	226	79.807
September	62.712	16.048	2.198	192	81.150
Oktober	57.036	16.761	2.235	160	76.212
November	45.802	14.432	1.742	167	62.162
Desember	48.125	12.926	2.025	191	63.267

Sumber: PPID PT. Transportasi Jakarta (2025). Telah diolah kembali

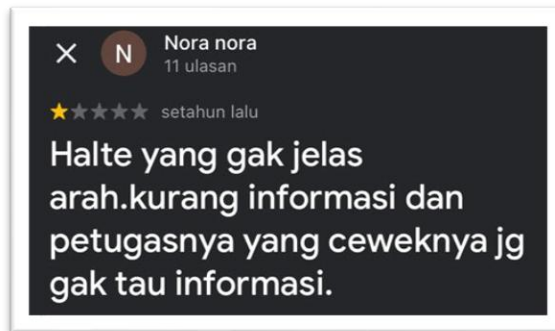
Pada gambar 1.3 menunjukkan banyak pengguna BRT TransJakarta menggantungkan harapan pada ketepatan waktu armada sehingga keterlambatan kedatangan bus sering memicu keluhan yang berujung pada ketidakpuasan

pengguna. Keterlambatan ini mengganggu produktivitas pengguna, terutama mereka yang bermobilisasi untuk bekerja, bersekolah, atau sekedar bepergian



Gambar 1.3 Ketidaktepatan Waktu Kedatangan Bus
(Sumber: X @dioprakoso)

Gambar 1.4, melihat penumpukan di halte akibat kepadatan yang disebabkan oleh headway yang terlalu lama. Pengoptimalan headway menjadi 15-30 menit sesuai dengan SOP dengan mempercepat jarak antar kedatangan armada akan mengurangi kepadatan di halte tanpa harus menambah armada atau memperbesar kapasitas halte. Hal ini karena armada yang ada cukup memadai dan permasalahan utama terletak pada lambatnya headway yang menyebabkan penumpukan pengguna di setiap halte. Beberapa halte dinilai tidak konsisten memberikan estimasi kedatangan armada, sehingga apa yang ditampilkan di layar informasi maupun aplikasi dengan kenyataan lapangannya berbeda.



Gambar 1.4 Penumpukan penumpang di halte karena waktu tunggu antarbus yang panjang
(Sumber: X @Rk051294)

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa kurangnya kompetensi karyawan dalam memahami prosedur dan informasi layanan menyebabkan sering terjadinya kesalahan dalam pemberian informasi kepada masyarakat. Hal ini berdampak pada kebingungan bagi pengguna layanan, terutama ketika mereka membutuhkan kejelasan terkait rute bus atau prosedur tertentu.



Gambar 1.5 Kurangnya kompetensi karyawan
(Sumber: Google Review @Noranora)

Dilanjutkan dengan gambar 1.6 dimana masyarakat tampak menunjukkan ekspresi ketidakpuasan dan kebingungan saat berinteraksi dengan petugas layanan, yang mencerminkan kurangnya kepercayaan terhadap kualitas informasi yang diberikan.



Gambar 1.6 Ulasan pengguna terkait petugas yang kurang responsif di Halte Bundaran Senayan
(Sumber: Google review @NoviaRamadhani)

Gambar 1.7 juga menjadi bukti bahwa penyelenggara jasa tidak menerapkan keamanan pada pengguna BRT, hal ini dibuktikan melalui bukti pintu yang terpasang terlihat kendor yang tentunya akan membahayakan pengguna.



Gambar 1.7 Kerusakan pintu
(Sumber: X/ @blumomentkh)

Pada Gambar 1.8 menunjukkan bahwa adanya bukti penyedia jasa kurang memperhatikan kualitas layanannya, seperti pada aspek kebersihan armada yang kurang terawat yakni terdapat hewan kecoak yang mengganggu kenyamanan pengguna. Hal ini menilai sejauh mana penyelenggara jasa memastikan kondisi armada setiap hari dalam keadaan bersih dan layak untuk digunakan.



Gambar 1.8 Kebersihan layanan kurang diperhatikan
(Sumber: X/ @emaomane)

Adapun pada gambar 1.9 ketidakefektifan penanganan aduan terkait pelayanan tidak ditangani secara optimal oleh pihak pengelola. Banyak aduan yang disampaikan melalui media sosial atau layanan *customer care*, seperti Instagram, X, dan WhatsApp, tetapi penanganan atas keluhan tersebut masih kurang responsif dan solutif. Terutama terkait ketidakpastian waktu penyelesaian aduan yang disampaikan. Ketidakjelasan ini menimbulkan rasa frustrasi dan ketidakpercayaan terhadap sistem layanan yang ada. dalam sistem respons aduan yang lebih cepat dan transparan.



Gambar 1.9 Kurangnya responsivitas Petugas
(Sumber: X @doubleleude)

Aduan yang dilakukan oleh masyarakat tercermin pada kedua cuitan gambar 1.10 yang mengekspresikan kekecewaannya pada mekanisme penanganan aduan yang tidak kunjung diselesaikan, mereka menganggap bahwa aduan yang dilayangkan memang tidak betul-betul ditanggapi, bahkan cuitan sosial media X oleh @ift1945 menyatakan bahwa laporannya tidak direspon dan mengalami keterlaatan penyelesaian karena melebihi batas yang ditentukan sesuai SOP yakni 1x24 jam untuk penyelesaian aduan.



Gambar 1.10 Keluhan pengguna mengenai lambatnya tindak lanjut layanan pelanggan TransJakarta melalui media sosial X/Twitter
(Sumber: X @ift945)

Harapan transportasi umum yang cepat, aman, dan nyaman semakin meningkat. Namun, tujuan mengurangi kemacetan dan meningkatkan kualitas hidup di Jakarta belum sepenuhnya terlaksanakan. Banyaknya aduan dari pengguna BRT Transjakarta melalui kanal *Google review*, X menjadi topik yang menarik untuk diteliti. *Research question* dalam penelitian ini adalah **”Mengapa kepuasan pengguna BRT Transjakarta masih rendah?”**. Alasan peneliti terkait *research question* yakni didasari pada ketidakpuasan pengguna layanan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan karena tidak sesuai dengan harapan pengguna seperti yang terlampir di media sosial. Penggunaan platform media sosial sebagai kanal aduan menjadi pertanyaan bagi penyelenggara jasa terkait responsivitas penyelenggara jasa dalam menangani berbagai keluhan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, sejumlah identifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pengguna BRT merasakan adanya permasalahan pada pelayanan Bus Rapid Transit (BRT) pada ketidaktepatan waktu kedatangan keberangkatan bus dan jarak antar *headway* yang melebihi ketentuan SOP.
2. Kurangnya kompetensi karyawan dalam memahami prosedur dan informasi layanan menyebabkan sering terjadinya kesalahan dalam pemberian informasi kepada masyarakat
3. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan belum mencerminkan sikap ramah dan profesional ditunjukkan melalui kurangnya kesopanan dalam berkomunikasi serta sikap acuh terhadap kebutuhan pengguna layanan.

4. Fasilitas yang tersedia di Bus Rapid Transit (BRT) maupun halte di sejumlah titik menunjukkan kondisi yang memprihatinkan, seperti banyaknya fasilitas yang tidak berfungsi dan kurang terawat kebersihannya
5. Pengguna BRT mengeluhkan mekanisme penanganan aduan yakni Ketidakpastian waktu penyelesaian aduan

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, peneliti menyusun beberapa rumusan permasalahan yang dirancang dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pengguna (y) BRT Koridor 1 Blok M- Kota?
2. Bagaimana pengaruh penanganan aduan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) BRT Koridor 1 Blok M- Kota?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan penanganan aduan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) BRT Koridor 1 Blok M- Kota?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan, peneliti merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.
2. Menganalisis pengaruh penanganan aduan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan aduan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

1.4 Kegunaan Penelitian

Terdapat beberapa kegunaan penelitian meliputi: (1) Kegunaan praktis; dan (2) Kegunaan Teoritis yang masing-masing dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Praktis

- a. Bagi instansi terkait, membantu manajemen PT. Transportasi Jakarta mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan dalam layanan BRT dengan memahami komponen-komponen kualitas layanan yang memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan pengguna, manajemen dapat melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan pengalaman penumpang. Memberikan rekomendasi tentang bagaimana meningkatkan penanganan keluhan dengan memperkuat mekanisme penanganan keluhan, pengguna akan merasa lebih dihargai, sehingga berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan mereka.
- b. Bagi instansi terkait, Dinas Perhubungan Provinsi Daerah Khusus Jakarta, membantu para pembuat kebijakan untuk mengembangkan kebijakan transportasi yang lebih efektif dan efisien, serta meningkatkan kualitas layanan transportasi publik.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan analisis, khususnya mengenai dampak kualitas layanan dan penyelesaian keluhan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi publik

1.4.2 Kegunaan Teoritis

- a. Membantu memajukan teori kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks transportasi umum untuk menginformasikan penelitian di masa depan tentang hubungan antara kualitas layanan dan kebahagiaan pengguna.

- b. Menjadi model untuk penelitian di masa depan untuk menilai kualitas layanan di sektor transportasi lain atau bahkan berbagai sektor layanan publik.
- c. Menjelaskan bagaimana interaksi antara pengguna dan penyedia layanan mempengaruhi kepuasan yang adalah aspek penting dalam penelitian pengalaman pelanggan.

1.5 Kerangka Teori/Konsep

Peneliti menyajikan temuan-temuan dari penelitian terdahulu (*State of the Art*) yang relevan dengan topik penelitian. Bagian ini menyajikan kontribusi penelitian terdahulu yang relevan sesuai topik penelitian, khususnya yang berfokus pada kualitas pelayanan publik, mekanisme penanganan aduan, serta kepuasan pengguna di sektor pelayanan transportasi publik. Peneliti kemudian memeriksa hasil penjelasan yang disajikan sebagai deskripsi untuk mengidentifikasi kesenjangan atau kekurangan dalam penelitian sebelumnya dan untuk menilai kebaruan penelitian. Rangkuman dari beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.6 *State of the Art* sebagai berikut:

Tabel 1.6 State of the Art

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
1	A Parsu Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L Berry (1988) Journal of Retailing SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality	Mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di organisasi layanan dan ritel.	Kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al., (1988); (1) Tangibles; (2) Reliability; (3) Responsiveness; (4) Assurance; dan (5) Empathy.	Kuantitatif	SERVQUAL membantu berbagai organisasi jasa dan ritel dalam menilai ekspektasi konsumen dan persepsi terhadap kualitas jasa. Hal ini juga dapat membantu dalam menentukan area yang membutuhkan perhatian dan tindakan manajerial untuk meningkatkan kualitas layanan. Empati memiliki korelasi yang signifikan secara statistik, lalu kemampuan dan jaminan juga merupakan item yang penting

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
2	Wahyu Darmawan, Damajanti Sri Lestari, Moch. Arfani, Liling Listyawati. International Journal of Technology and Education Research International Journal of Technology and Education Research The Effect Of Complaint Handling And Service Quality On Customer Satisfaction Of Maju Matan Printing In Surabaya	Eksplorasi pengelolaan keluhan pelanggan dan kualitas layanan yang diberikan dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.	Tjiptono & Chandra, 2012 dalam (Darmawan dkk., 2025) mendefinisikan penanganan keluhan atau pengaduan adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika pelanggan merasa kecewa dengan kualitas layanan atau barang yang diberikan. Proses ini merupakan strategi penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan hubungan baik dengan (Tjiptono & Chandra, 2012): - Empati - Kecepatan - Keadilan - Kemudahan Komunikasi Kualitas layanan merupakan hasil dari manajemen dan upaya perusahaan untuk mencapai keunggulan dalam menyesuaikan diri dengan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014) dalam (Darmawan dkk., 2025).	Kuantitatif	Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin cepat, adil, empatik, dan mudahnya komunikasi dalam proses penanganan keluhan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan melalui dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang semakin baik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
			Menurut Kotler dan Keller, terdapat lima indikator utama untuk mengukur kualitas layanan (Kotler & Keller, 2016) dalam (Darmawan dkk., 2025) : a. Keandalan b. Responsivitas c. Jaminan (Assurance) d. Empati (Empathy) e. Tangible Kepuasan pelanggan menurut (Darmawan dkk., 2025) mencerminkan keadaan emosional yang dirasakan konsumen ketika hasil atau pengalaman yang diperoleh sesuai dengan harapan pelanggan. Faktor utama yang membentuk kepuasan ini adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang dirasakan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah cerminan perasaan		

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
			suka atau tidak suka konsumen saat membandingkan hasil kinerja produk atau layanan dengan harapan awal mereka (Lupiyadi & Hamdani, 2016). Menurut Irawan yang dikutip oleh (Listyawati & Sari, 2020) dalam (Darmawan dkk., 2025), terdapat beberapa indikator kunci yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: a. Kepuasan terhadap produk dan layanan b. Pembelian ulang c. Rekomendasi kepada orang lain d. Pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi		
3	Ika Puji Saputri, Vely Randyantini, Bagus Nurcahyo (2022)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas	Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012) dalam (Saputri dkk., 2022), Kualitas pelayanan secara sederhana,	Kuantitatif	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	Jurnal Ilmiah Nasional Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Transportasi Umum Transjakarta Selama Masa Pandemi Covid-19	pelayanan terhadap kepuasan penumpang bus Transjakarta	yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Zeithaml, Berry dan Parasuraman Menurut Nasution (2004) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2012) kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.		pengguna transportasi umum Transjakarta

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
4	Razali, R., & Jaafar, J. (2012). International Conference on Computer and Information Science Complaint handling theoretical framework.	Untuk menguji validitas kerangka kerja teoretis dan atribut yang dipilih.	Penanganan Aduan menurut Razali (2012) meliputi; a) Permohonan maaf (Apology) b) Penjelasan (Explain), c) Kecepatan respon (Response speed), d) Kecepatan penyelesaian (Resolution speed) f) Aksesibilitas (Accessibility) g) Kualitas penyelesaian (Resolution quality).	Kuantitatif	Delapan (8) atribut yang diidentifikasi menurut Razali wajib untuk membangun sistem manajemen pengaduan online yang baik.
5	Febrianto M, Herawati N, Fitriyah (2024) Journal of Politic and Government Studies Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Pati Tahun 2023 (Studi Penelitian Unit layanan Dinas	Menjelaskan Kepuasan Masyarakat terhadap pelayanan publik	Menurut Mardiyanto, R. Ismowati, M. (2017) dikutip dalam (Febrianto dkk., 2024), tujuan penyelenggaraan pelayanan publik adalah kepuasan masyarakat, dimana menempatkan masyarakat sebagai penerima layanan menjadi faktor terpenting dalam upaya penyelenggaraan	Kuantitatif	Kemudahan informasi mengenai persyaratan pelayanan menjadi alasan tingginya kepuasan masyarakat pada unsur persyaratan pelayanan. Hal tersebut perlu dipertahankan sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	Kependudukan dan Pencatatan Sipil)		pelayanan publik yang berkualitas.		
6	Maria Tika Saraswati, Hesti Lestari, Dewi Rostyaningsih (2021). Journal of Public Policy and Management Review Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Bus Rapid Transit (BRT) di Kota Semarang	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna Bus Rapid Transit (BRT)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapan yang dimilikinya (Daryanto & Setyobudi, 2014) dalam (Saraswati dkk., 2021). Selain itu, menurut Lupiyoadi (2013), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena adanya interaksi langsung antara penyedia layanan dengan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan mengacu pada reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles	Kuantitatif eksplanatori	Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna Bus Rapid Transit (BRT) di Kota Semarang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
7	Alloysius Vendhi Prasmoro, Ratna Suminar S, Muhamad Rifqi Deo Pratama (2025)	Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna	Menurut Lubis & Andayani (2017), yang di kutip dari jurnal (Vendhi Prasmoro et al., 2023) kepuasan pelanggan ialah pemberian nilai oleh	Kuantitatif	kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	Journal of Industrial and Engineering System (JIES) Analisis Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus TJ (Studi Kasus Rute Harapan Indah – Pulo Gadung)	transportasi massal Transjakarta	pelanggan pada saat komparasi kinerja atau mendapatkan hasil yang baik dibandingkan harapan.		pelanggan Transjakarta.
8	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Penanganan Aduan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Semarang	Penelitian ini menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan penanganan pengaduan terhadap kepuasan masyarakat	Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2006), kepuasan masyarakat sangat dipengaruhi oleh persepsi atas pelayanan yang diterima. Dimensi utama kualitas pelayanan meliputi responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles. aduan: menurut Tax, Brown & Chandrashekar (1998), service recovery melalui penanganan keluhan yang tepat menjadi momen penting yang menentukan kepuasan, loyalitas, hingga advokasi publik.	mixed method	Kualitas pelayanan dan penanganan aduan berhubungan positif serta signifikan terhadap kepuasan masyarakat

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
			Kepuasan masyarakat: Supranto (1997) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja dengan ekspektasi. Teori Zeithaml (2011) juga menegaskan dimensi kualitas layanan sebagai penentu kepuasan		
9	Liling Listyawati, Anik Nurpuspita Sari (2020) Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Tertanggung Pada Pt. Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Surabaya	Mengkaji pengaruh penanganan komplain yang terdiri atas keadilan prosedural, keadilan interaksional, dan keadilan distributif terhadap kepuasan	Tjiptono (2007) dalam (Listyawati & Sari, 2021) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai tindakan akan produk yang sudah didapatkan atau digunakan	Kuantitatif	Penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tertanggung baik secara parsial maupun simultan.
10	A. Salim, M. Setiawan, R. Rofiaty, F. Rohman (2018) European Research Studies Journal	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan	Kualitas pelayanan menurut Bahia & Nantel (2000) meliputi: (1) <i>Effectiveness</i> ; (2) <i>Assurance</i> ; (3) <i>Access</i> ; (4) <i>Price</i> ; (5) <i>Tangible</i> ; (6)	Kuantitatif	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Penanganan keluhan pelanggan

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	Focusing on Complaints Handling for Customer Satisfaction and Loyalty: The Case of Indonesian Public Banking	pengaruh penanganan keluhan nasabah nasabah dan kualitas layanan bank terhadap loyalitas nasabah	<i>Service Portfolio</i> ; (7) <i>Reliability</i> . Penanganan menurut Salim et al., (2018) meliputi: (1) <i>Compensated</i> ; (2) <i>Commitment</i> ; (3) <i>Switch Bank</i> ; (4) <i>Negative Sound</i> ; (5) <i>Handling of Customer Complaints</i> .		
11	Mohammad Z. Shammout, Shafiq I. Haddad (2014) International Business Research The Impact of Complaints' Handling on Customers' Satisfaction: Empirical Study on Commercial Banks' Clients in Jordan	menganalisis sejauh mana penanganan keluhan (complaints' handling) memengaruhi kepuasan	(Shammout & Haddad, 2014) Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas penanganan keluhan. Dalam kerangka teoritis, penanganan keluhan dipandang sebagai variabel independen yang memiliki enam dimensi utama: service recovery (pemulihan layanan), service quality (kualitas layanan), switching cost (biaya pindah), service failure (kegagalan layanan), service guarantee (jaminan layanan), dan perceived value (nilai yang	Kuantitatif	Seluruh dimensi penanganan keluhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
			dirasakan). Variabel dependen penelitian adalah kepuasan nasabah.		
12	Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yuliati (2016) DeReMa Jurnal Manajemen Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung	Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) dalam (Panjaitan & Yuliati, 2016)kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.	Kuantitatif	Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
13	Indah Permata Sari, Giriati, Erna Listiana, M. Rustam, Pramana Saputra (2023). East African Scholars Journal of Economics, Business and Management The Impact of Complaint Handling and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Customers	Menganalisis pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas	Kotler (2014) dan Djaslim (2003) dalam (Sari dkk., 2023a) mengatakan bahwa kepuasan adalah rasa senang atau tidak senang pelanggan atau kekecewaan pelanggan yang berasal dari perbandingan kinerja (hasil) produk yang dirasakan dan yang diharapkan kinerja	Kuantitatif	Penanganan Keluhan dan Kualitas Layanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	of Pontianak Branch of Bank Kalbar Syariah				
14	Jeremiah, Jessica Dasaria, Mahendra Kresna Putra, Michael Seninha, Vivi Vyolina (2019). Indonesian Business Review “Pengaruh Kualitas Layanan Bus Transjakarta Terhadap Kepuasan Konsumen”	Mengukur kualitas layanan bus Transjakarta yang dirasakan oleh pengguna dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen, serta pengaruh tingkat kepuasan tersebut terhadap tingkat penggunaannya.	Kualitas layanan merupakan perbedaan/gap antara ekspektasi konsumen dan experience konsumen (Rust & Oliver 1994) dalam (Jeremiah dkk., t.t.) .	Kuantitatif	Tiga faktor dalam kualitas pelayanan, yaitu kenyamanan, reliabilitas, dan performa karyawan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang juga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penggunaan lanjutan.
15	Nita Selvia Rohmayati, Rachmad Hidayat (2022) SHS Web of Conferences Impact of Service Quality and Complaint Management on Customer Satisfaction Case	Menganalisis pengaruh kualitas layanan (service quality) dan manajemen keluhan (complaint handling) terhadap kepuasan	Kotler (1997: 36) dalam (Rohmayati & Hidayat, 2022)mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil atau hasil yang diperoleh dengan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan	Kuantitatif	Kualitas layanan dan Penanganan keluhan positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

No.	Peneliti/Tahun/Jurnal/Judul	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode	Temuan Penelitian
	Study from ECommerce Marketing Client Lazada.	pelanggan pengguna	merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, dan semakin baik kinerja atau hasil yang diperoleh berdasarkan ekspektasi, maka semakin besar kepuasan yang diperoleh. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan adalah tidak hanya didasarkan pada penilaian pelanggan terhadap keandalan penyampaian layanan, tetapi juga pada pengalaman pelanggan dengan proses pemberian layanan (Dimitriadis, 2006).		

Sumber: Formulasi peneliti (2025)

Mengkaji dari sebagian besar penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan di beberapa transportasi umum di Indonesia seperti BRT Kota Semarang, MRT Lebak Bulus, BRT Transjakarta, dan lainnya, sama-sama fokus pada hubungan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dengan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Banyak penelitian menggunakan metode kuantitatif, seperti survei, untuk mengukur kepuasan pengguna, yang sejalan dengan pendekatan umum dalam penelitian ini. Beberapa penelitian, seperti di BRT Transjakarta dan MRT Lebak Bulus, juga menemukan bahwa aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kebersihan, dan kenyamanan memengaruhi kepuasan pengguna, mirip dengan temuan penelitian ini. Pilihan lokus didasari tingginya okupansi koridor 1 pada rute Blok M – Kota dan penggunaan BRT sebagai transportasi umum yang paling banyak dipakai di Daerah Jakarta menurut sumber BPS 2024 sebanyak 593.935 pengguna.

Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti yang di BRT Transjakarta atau MRT Lebak Bulus, tidak membedakan segmen pengguna, sehingga tidak mengungkapkan variasi kepuasan antar segmen. Penelitian ini mengungkapkan variasi spesifik dalam prioritas kepuasan antar segmen (misalnya, pengguna harian fokus pada ketepatan waktu, pengguna musiman pada kebersihan, dan pengguna akhir pekan lebih toleran terhadap keterlambatan tetapi mengeluhkan kenyamanan), sedangkan penelitian terdahulu cenderung menggeneralisasi temuan tanpa segmentasi. Pendekatan ini memberikan wawasan baru bahwa kebutuhan pengguna transportasi umum tidak seragam, yang membedakannya dari penelitian terdahulu yang lebih fokus pada hubungan umum antara variabel tanpa mempertimbangkan

karakteristik segmen pengguna. Penelitian terdahulu umumnya menggunakan teori kualitas pelayanan SERVQUAL oleh (Parasuraman dkk., 1988) yang mengukur kepuasan pengguna melalui lima dimensi (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*), kemudian sering dikembangkan lebih lanjut untuk menganalisis hubungan kepuasan dengan loyalitas pengguna serta variabel lain seperti kepercayaan atau niat penggunaan kembali. Namun, dalam penelitian ini, teori yang digunakan merujuk pada Kurniasih dalam Nabil (2022), yang secara langsung menekankan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan aduan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna tanpa melibatkan dimensi tambahan seperti loyalitas. Pendekatan ini memungkinkan fokus yang lebih spesifik pada hubungan langsung antara variabel tersebut, sekaligus memberikan ruang untuk analisis segmentasi pengguna berdasarkan pola perjalanan.

Novelty penelitian ini terletak pada pendekatan segmentasi pengguna berdasarkan pola perjalanan (harian, musiman, akhir pekan) yang belum banyak disentuh dalam penelitian sebelumnya tentang BRT Transjakarta. Pendekatan ini, penelitian tidak hanya mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan dan penanganan aduan memengaruhi kepuasan, tetapi juga mengungkapkan variasi kepuasan antar segmen pengguna. Misalnya, pengguna harian sangat dipengaruhi oleh ketepatan waktu dan kecepatan penanganan aduan, sementara pengguna musiman lebih memperhatikan kebersihan bus dan kemudahan informasi rute. Pengguna akhir pekan, di sisi lain, menunjukkan toleransi lebih tinggi terhadap keterlambatan, tetapi mengeluhkan kenyamanan di dalam bus. Temuan ini memberikan wawasan baru bahwa kebutuhan pengguna transportasi umum tidak seragam, sehingga

strategi peningkatan pelayanan harus disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen.

1.5.1 Konsep Administrasi Publik

Istilah administrasi berasal dari kata Latin “*Ad*” dan “*Ministrate*”, yang menandakan tindakan memberikan layanan atau bantuan. Istilah dalam bahasa Inggris adalah “*Administration*,” yang menunjukkan konsep melayani. Administrasi didefinisikan sebagai suatu proses yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang optimal. Administrasi dapat didefinisikan dari dua sudut pandang: arti sempit dan arti luas. Soewarno Handayani (1988) dalam (WARSONO dkk., 2019) mendefinisikan administrasi dalam arti sempit yang berasal dari bahasa Belanda “*Administratie*”, meliputi kegiatan-kegiatan teknis seperti catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan, pengetikan, dan pengaturan agenda kantor. Administrasi mencakup upaya-upaya kolaboratif dalam sebuah organisasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu.

Herbert A. Simon (1992) dalam (WARSONO dkk., 2019) mendefinisikan administrasi sebagai kumpulan aktivitas kelompok yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Dwight Waldo (1971) dalam (WARSONO dkk., 2019) menegaskan bahwa administrasi adalah usaha kolaboratif yang ditandai dengan tingkat rasionalitas yang signifikan. Sondang P. Siagian (2004) dalam (WARSONO dkk., 2019) memberikan definisi yang sebanding, menyoroti bahwa administrasi melibatkan proses kerja sama yang rasional di antara dua atau lebih individu yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. The Liang Gie (1980) dalam (WARSONO dkk., 2019) mendukung perspektif ini dengan mendefinisikan

administrasi sebagai serangkaian kegiatan kerjasama yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Konsep “publik” dalam administrasi adalah area studi yang signifikan. Menurut Syaf'ie dkk. (1999) dalam (SEVINA, 2022), publik terdiri dari individu-individu yang memiliki pemikiran, perasaan, harapan, dan sikap yang sama yang berakar pada nilai-nilai dan norma-norma tertentu. H. George Frederickson (1997) dalam (SEVINA, 2022) menggambarkan lima perspektif tentang publik, yaitu; (1). Publik sebagai kelompok kepentingan, di mana publik muncul dari interaksi di antara berbagai kelompok yang memiliki kepentingan bersama; (2) Publik berfungsi sebagai pemilih rasional, yang menunjukkan bahwa individu-individu di dalam masyarakat bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan mereka sendiri; (3) Publik berfungsi sebagai perwakilan kepentingan masyarakat, yang menunjukkan bahwa kepentingan masyarakat dapat diartikulasikan melalui suara atau aspirasi masyarakat; (4) Publik berfungsi sebagai konsumen, yang mencari layanan birokrasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka; (5) Publik, sebagai warga negara, menunjukkan bahwa partisipasi dalam pemerintahan sangat penting untuk penyelenggaraan negara yang efektif.

Bahwa administrasi adalah suatu sistem kerja sama antar individu atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Administrasi mencakup elemen-elemen teknis, termasuk dokumentasi dan komunikasi, serta proses perencanaan, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi. Dalam ranah administrasi publik, eksistensinya sangat erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, di mana pemerintah dan

birokrasi harus mampu memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan tuntutan publik.

Menurut Chandler dan Plano (Keban, 2004: 3) dalam (Samudera, 2018), Administrasi Publik mengacu pada organisasi dan koordinasi sumber daya dan personil publik untuk perumusan, implementasi, dan pengelolaan keputusan dalam kebijakan publik. Chandler dan Plano mendefinisikan administrasi publik sebagai seni dan ilmu yang berfokus pada pengorganisasian urusan-urusan publik dan pelaksanaan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Administrasi publik, sebagai sebuah disiplin ilmu, berusaha untuk mengatasi masalah-masalah publik dengan meningkatkan struktur organisasi, manajemen sumber daya manusia, dan praktik-praktik keuangan. Menurut Marshall E. Dimock, Gladys O. Dimock, dan Louis W. Koenig (1960) dalam (FITRI MEUTIA, 2017), administrasi publik adalah aktivitas pemerintahan yang melaluinya kekuasaan politik dijalankan.

1.5.2 Paradigma Administrasi Publik

Paradigma adalah pandangan ahli terkait peran dan tantangan dalam administrasi publik saat dihadapi pada suatu permasalahan yang memerlukan penyesuaian. Paradigma memiliki sifat yang dinamis dan kian bergeser menyesuaikan sebab yang ada, di mana kemunculan paradigma yang baru menjadi kritik atau penyempurnaan terhadap paradigma sebelumnya. Berkaitan dengan hal tersebut, paradigma adalah cara pandang yang esensial dan mendasar dengan dan berlandaskan nilai-nilai tertentu, serta mengandung konsep, teori, argumen, dan metode yang bisa digunakan demi pengembangan ilmu serta jalan keluar masalah secara pragmatis.

Tabel 1.7 Diferensiasi Paradigma Administrasi Publik

No.	Aspek	Old Public Administration (OPA)	New Public Management (NPM)	New Public Service (NPS)	Governance-Good governance
1.	Dasar Teoritis.	Teori Politik.	Teori Ekonomi.	Teori Demokrasi.	Teori jejaring
2.	Rasionalitas yang lazim dan model-model yang terkait perilaku manusia.	Rasionalitas sinoptik “Manusia Administrasi”.	Rasionalitas teknis dan ekonomis “Manusia Ekonomis”.	Rasionalitas strategis atau formal (politis, ekonomis, dan organisasional).	Rasionalitas kolaboratif berbasis kesamaan, transparansi, partisipatif, akuntabilitas, keuntungan bersama, visi strategis, penegakan hukum, responsif, efektif dan efisien
3.	Konsepsi mengenai kepentingan publik.	Kepentingan publik didefinisikan secara politis dan diungkapkan dalam hukum.	Kepentingan publik mewakili kumpulan kepentingan individu.	Kepentingan publik adalah hasil dari suatu dialog tentang nilai-nilai yang dianut bersama.	Kepentingan publik dilaksanakan melalui partisipasi, deliberasi, dan konsensus dari berbagai aktor
4.	Kepada siapa pelayan publik?	Para klien dan konstituen.	Para pelanggan.	Para warga negara.	Masyarakat sipil, pemerintah, dan swasta
5.	Peran pemerintah.	Mendayung.	Menyetir.	Melayani.	Memfasilitasi, memberdayakan, dan membangun kemitraan lintas sektor

Sumber: Herizal et al., (2020) dalam El Fikri, N (2024); Meehan (2003); Thomas Jefferson dalam Listyaningsih (2023)

Sejalan dengan paradigma *New Public Service (NPS)*, warga negara berperan sebagai pusat pelayanan publik, bukan sebagai pelanggan atau klien semata. Dalam pendekatan ini, pelayanan publik tidak semata-mata berorientasi pada efisiensi dan hasil, tetapi menekankan pentingnya mendengarkan suara masyarakat, membangun kepercayaan, dan mewujudkan pelayanan yang responsif dan partisipatif. Penanganan aduan yang baik menjadi salah satu bentuk nyata dari partisipasi warga yang difasilitasi oleh pemerintah sebagai upaya membangun koalisi untuk memenuhi kebutuhan bersama secara demokratis. Oleh karena itu, keberhasilan pelayanan BRT TransJakarta tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada sejauh mana pemerintah mampu menjalin hubungan yang kooperatif dan melayani kepentingan publik secara holistik

1.5.3 Manajemen Publik

Istilah manajemen berasal dari kata “*management*” yang berasal dari Bahasa Prancis Kuno yang merujuk pada seni mengatur, melakukan tugas. Manajemen melibatkan perencanaan, koordinasi, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya secara sistematis dalam mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Laurence Lynn (1996) memiliki tiga pandangan mengenai konsep gambaran manajemen publik, yakni sebagai seni (*art*), ilmu (*science*), dan profesi (*profession*), Lynn menjelaskan lebih lanjut mengenai pandangannya bahwa manajemen publik sebagai seni yakni ‘manajemen’ dipandang sebagai kegiatan kreatif yang dilakukan oleh praktisi yang tidak dapat dihitung dimana manajemen adalah aktivitas dengan fleksibilitas paling tinggi yang bergantung pada situasi dan kondisi dimana hal tersebut terjadi. Lalu, manajemen sebagai ilmu berarti manajemen publik

memerlukan analisis yang sistematis dengan menggunakan interpretasi dan eksplanasi, dan manajemen sebagai profesi yakni merujuk pada sekelompok orang yang mendedikasikan dirinya kepada ilmu ini.

Manajemen publik diartikan sebagai manajemen instansi pemerintah, hal ini beriringan dengan pendapat Overman dalam Keban (2004: 85) yang menjelaskan bahwa manajemen publik itu berbeda dengan '*scientific management*' meskipun sangat dipengaruhi '*scientific management*', manajemen publik berbeda dengan '*policy analysis*' dan tidak sama dengan administrasi publik yang merefleksikan tekanan antara orientasi politik kebijakan dipihak lain. Manajemen publik adalah studi interdisipliner yang terdiri atas gabungan dari fungsi manajemen seperti *planning, organizing, controlling* satu sisi, dengan SDM, keuangan fisik, informasi dan politik disisi lain. Sehingga Overman menyimpulkan bahwa manajemen publik dan kebijakan publik adalah bidang yang tumpang tindih. Kebijakan publik merefleksikan sistem otak dan syaraf, manajemen publik merepresentasikan sistem jantung dan sirkulasi dalam tubuh manusia, dengan kata lain manajemen publik adalah proses dalam menggerakkan SDM dan non SDM atas perintah dari kebijakan publik.

1.5.4 Manajemen Pelayanan Publik

Manajemen pelayanan publik melibatkan penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam penyediaan pelayanan publik. Fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan adalah pilar-pilar dasar yang dimaksudkan untuk memandu kegiatan para petugas pelaksana, memastikan ketaatan pada standar organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Stoner (1986),

manajemen melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi, serta penggunaan berbagai sumber daya organisasi agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Winarsih dan Ratminto (2013) mendefinisikan manajemen pelayanan publik sebagai pengelolaan berbagai aspek yang terlibat dalam penyiapan, penyediaan, atau pemberian barang dan jasa kepada masyarakat. Hal ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengkoordinasian kegiatan pelayanan publik yang ditujukan untuk mencapai tujuan pelayanan publik tertentu. Moenir (2008) mendefinisikan manajemen pelayanan publik sebagai suatu proses manajemen yang secara khusus ditujukan untuk mengimplementasikan pelayanan yang memenuhi kepentingan publik atau individu, dengan menggunakan metode yang tepat untuk memuaskan para pemangku kepentingan yang terlibat. Manajemen pelayanan publik tidak hanya harus beroperasi secara efisien tetapi juga harus mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan.

1.5.5 Teori Kepuasan Pengguna

(Darmawan dkk., 2025) mengartikan kepuasan sebagai cerminan keadaan emosional yang dirasakan konsumen ketika hasil atau pengalaman yang diperoleh sesuai dengan harapan pelanggan. Pencapaian kepuasan pelanggan yang tinggi sangat menguntungkan bagi perusahaan. Faktor utama yang membentuk kepuasan ini adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang dirasakan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah cerminan dari perasaan suka atau tidak suka konsumen saat membandingkan hasil kinerja suatu produk atau layanan dengan ekspektasi awal mereka (Lupiyoadi & Hamdani, 2016).

Menurut Irawan, yang dikutip oleh Listyawati & Sari (2020) dalam (Darmawan dkk., 2025), terdapat beberapa indikator kunci yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu; a). Kepuasan terhadap produk dan layanan, yakni perasaan kepuasan pada pelanggan muncul ketika kenyataan kualitas produk dan layanan perusahaan sejalan, atau bahkan melebihi, citra ideal yang tersimpan dalam pikiran mereka; b) Pembelian ulang, konsumen yang puas umumnya terdorong untuk melakukan pembelian ulang produk serupa atau kembali menggunakan layanan yang sama, yang merupakan indikasi loyalitas; c) Rekomendasi kepada orang lain; d) Pemenuhan kebutuhan dan harapan, pelanggan mencapai kepuasan ketika barang yang dibeli benar-benar memenuhi kebutuhan mereka dan sesuai dengan harapan yang ada.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) dalam Jasfar (2012) dikutip oleh (Halim dkk., 2021), terdapat bermacam-macam faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, yakni; 1) Aspek barang dan jasa. Kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian konsumen terhadap fitur barang dan jasa; 2) Aspek emosi konsumen. Emosi atau perasaan dari konsumen dapat memengaruhi persepsinya mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang gembira, emosinya akan memengaruhi persepsi yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang dikonsumsi. Sebaliknya, jika seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun penyampaian jasa tersebut tidak ada kesalahan

sedikit pun; 3) Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa. Konsumen terkadang dikagetkan oleh sebuah hasil suatu jasa di mana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya konsumen cenderung untuk mencari penyebabnya. Kegiatan konsumen dalam mencari penyebab suatu kesuksesan atau kegagalan jasa inilah yang dapat memengaruhi tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa; 4) Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan. Konsumen akan bertanya-tanya pada diri mereka sendiri: “Apakah saya sudah dilayani secara adil dibandingkan konsumen lain? Apakah konsumen lain mendapatkan perlakuan yang lebih baik, harga yang lebih murah, atau kualitas jasa yang lebih baik? Apakah saya diperlakukan secara baik dan sebanding dengan biaya dan usaha yang saya keluarkan?” Pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi konsumen pada tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa tersebut.

(Darmawan dkk., 2025) menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya terbentuk dari mutu pelayanan inti, tetapi juga dari bagaimana perusahaan merespons keluhan pelanggan secara cepat, adil, empatik, serta memberikan akses komunikasi yang mudah. Secara parsial, penanganan keluhan terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan. Pelanggan merasa dihargai ketika keluhannya didengar, ditanggapi dengan segera, dan diselesaikan dengan solusi yang adil.

Sejalan dengan teori Tjiptono dan Chandra (2012) dalam (Darmawan dkk., 2025) menekankan bahwa penanganan komplain yang baik mampu mengubah pengalaman negatif menjadi pengalaman positif, bahkan mendorong loyalitas

pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Layanan yang konsisten, cepat, ramah, memberikan rasa aman, serta ditunjang oleh fasilitas yang memadai akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Temuan ini mendukung model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh lima dimensi utama kualitas layanan. Dengan demikian, dapat disintesisikan bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan harus diarahkan tidak hanya pada peningkatan kualitas pelayanan, tetapi juga pada penguatan mekanisme penanganan keluhan. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan kedua aspek tersebut secara harmonis akan lebih berhasil dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat daya saing bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) dalam Jasfar (2012) dikutip oleh (Halim dkk., 2021) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi konsumen terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya.

Kepuasan didefinisikan sebagai Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Daryanto dan Setyobudi, 2014 : 127) dalam (Saraswati dkk., 2021).

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam (Saputri dkk., 2022) kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari

ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Daryanto dan Setyobudi, 2014 : 127) dalam (Saraswati dkk., 2021).

Menurut Lubis & Andayani (2017) dalam (Vendhi Prasmoro dkk., 2025) kepuasan pelanggan ialah pemberian nilai oleh pelanggan pada saat komparasi kinerja atau mendapatkan hasil yang baik dibandingkan harapan.

(Listyawati & Sari, 2021)Tjiptono (2007) dalam (Listyawati & Sari, 2021) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai tindakan akan produk yang sudah didapatkan atau digunakan.

(Panjaitan & Yuliati, 2016)Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) dalam (Panjaitan & Yuliati, 2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kotler (2014) dan Djaslim (2003) dalam (Sari dkk., 2023a) mengatakan bahwa kepuasan adalah rasa senang atau tidak senang pelanggan atau kekecewaan pelanggan yang berasal dari perbandingan kinerja (hasil) produk yang dirasakan dan yang diharapkan kinerja.

Kotler (1997: 36) dalam (Rohmayati & Hidayat, 2022) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil atau hasil yang diperoleh dengan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, dan

semakin baik kinerja atau hasil yang diperoleh berdasarkan ekspektasi, maka semakin besar kepuasan yang diperoleh. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan adalah tidak hanya didasarkan pada penilaian pelanggan terhadap keandalan penyampaian layanan, tetapi juga pada pengalaman pelanggan dengan proses pemberian layanan (Dimitriades, 2006).

1.5.6 Kualitas Pelayanan

Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2014) dikutip dari (Halim dkk., 2021) terdapat lima dimensi yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*); yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reliability*); yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*); yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen,

dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan dan kepastian (*assurance*); yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*); yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

(Frochot & Hughes, t.t.)(Frochot & Hughes, t.t.) mengembangkan instrumen baru dalam dimensi kualitas pelayanan, metodologi SERVQUAL yang dinamakan HISTOQUAL dengan dimensi sebagai berikut:

1. *Responsiveness* (ketanggapan) dengan indicator sebagai berikut; a) Staf selalu ramah dan membantu (*Staff are always helpful and courteous*); b) Staf bersedia meluangkan waktu untuk pengunjung (*Staff are willing to take time with visitors*); c) Pengunjung merasa disambut dengan hangat (*Visitors are made to feel welcome*); d) Tingkat keramaian masih dapat ditoleransi (*Level of crowding is tolerable*); e) Staf memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab permintaan pelanggan (*Staff are well informed to answer customers' requests*);

- f) Pengunjung merasa bebas untuk menjelajah, tidak ada batasan akses (*Visitors feel free to explore, there are no restrictions to access*); g) Properti dan area sekitarnya dibuka pada jam-jam yang nyaman (*The property and grounds are opened at convenient hours*); h) Staf selalu tersedia saat dibutuhkan (*Staff are always available when needed*).
2. *Tangibles* (Bukti Fisik) dengan indikator sebagai berikut: a) Properti terawat dengan baik dan dipulihkan (*The property is well kept and restored*); b) Kebersihan dan pemeliharaan properti serta area sekitarnya memuaskan (*The general cleanliness and upkeep of the property and grounds is satisfying*); c) Area sekitar terlihat menarik (*The grounds are attractive*); d) Lokasi tetap mempertahankan keaslian (*The site has remained authentic*); e) Papan penunjuk arah di sekitar properti dan area sekitarnya jelas dan membantu (*Direction signs to show around the property and grounds are clear and helpful*); f) Taman dan/atau area parkir memiliki beragam jenis tanaman (*The garden and/or park contain a large variety of plants*); g) Interior rumah menawarkan banyak hal menarik untuk dilihat (*The interior of the house offers a lot of interesting things to look at*).
3. *Communication* (Komunikasi) dengan indikator sebagai berikut: a) Brosur tertulis memberikan informasi yang cukup (*The written leaflets provide enough information*); b) Informasi tentang properti dan area sekitarnya cukup detail (*The information on the property and grounds is detailed enough*); c) Pengunjung mendapatkan informasi yang jelas tentang berbagai fasilitas dan atraksi yang tersedia di properti (*Visitors are well informed of the different facilities and*

attractions available at the property); d) Brosur dalam bahasa asing tersedia dan membantu (*Foreign language leaflets are helpful*).

4. *Consumables* (Konsumsi) dengan indikator sebagai berikut: a) Restoran menawarkan berbagai macam hidangan dan minuman (*The restaurant offers a wide variety of dishes and refreshments*); b) Toko menawarkan beragam jenis barang (*The shop offers a large variety of goods*); c) Staf restoran memberikan pelayanan yang efisien (*The restaurant's staff provide efficient service*).
5. *Empathy* (Empati) dengan indikator sebagai berikut: a) Properti mempertimbangkan kebutuhan pengunjung dengan keterbatasan (*The property considers the needs of less able visitors*); b) Fasilitas untuk anak-anak tersedia (*Facilities for children are available*).

Berpedoman pada pernyataan Tjiptono (2000) dalam (Halim dkk., 2021) bahwa terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu: 1) Reliabilitas, (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; 2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap; 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan; 4) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen; 5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2000) dalam (Halim dkk., 2021). Wyckof dalam Lovelock, Patterson dan Walker (1998) dikutip dari (Halim dkk., 2021) menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Definisi dari kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2014a) dalam (Halim dkk., 2021) kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut ISO 9000 bahwa “kualitas adalah *“degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements”* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah: *“need or expectation that is stated, generally implied or obligatory”* (yaitu, kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib). Jadi, kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen (Halim dkk., 2021).

Menurut Parasuraman (1998) dalam (Halim dkk., 2021) bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Berdasarkan uraian, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa suatu titik fokus yang diupayakan dalam suatu produk atau pelayanan untuk dapat memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Kusumastuti and Mursid, 2015; Widyastuti, 2015; Julyanthry et al., 2020; Sari et al., 2020; Sudarso, Kurniullah, et al., 2020).

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012) dalam (Saputri dkk., 2022) Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman Menurut Nasution (2004) dalam (Saputri dkk., 2022) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

(Shammout & Haddad, 2014)(Allerd, 2001) dalam (Shammout & Haddad, 2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berarti menyesuaikan dengan kebutuhan, dengan kata lain pelayanan dengan kata lain perusahaan jasa harus membuat persyaratan khusus dan layanan khusus.

1.5.7 Penanganan Aduan

(Razali & Jaafar, 2012)(Razali & Jaafar, 2012) mengemukakan dimensi dalam penanganan aduan yakni:

- a. Permohonan maaf (*Apology*), tindakan segera dari penyedia layanan kepada pelanggan dalam mengakui kegagalan layanan. Tindakan ini menunjukkan kepedulian penyedia layanan terhadap pelanggan yang mengalami kegagalan layanan. Penyedia layanan yang berkomunikasi dengan pelanggan melalui permintaan maaf dapat meningkatkan persepsi dan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan terkait insiden tersebut;
- b. Penjelasan (*Explain*), alasan dan rincian yang perlu disampaikan untuk membantu pelanggan memahami situasi kegagalan layanan. Penjelasan ini penting untuk membantu pelanggan menyadari dan mengambil langkah

pencegahan yang tepat guna meminimalkan kegagalan di masa depan. Penjelasan penting untuk membantu pelanggan menyadari dan mengambil tindakan pencegahan yang tepat untuk meminimalkan kegagalan di masa depan. Hal ini juga akan membantu pelanggan mengingat situasi kegagalan, sehingga mereka lebih berpengetahuan dan jika situasi serupa terjadi lagi, mereka tahu apa yang harus dilakukan;

- c. Kecepatan respon (*Response speed*), Kecepatan dalam mengenali dan mengidentifikasi masalah, yang akan memberitahu pelanggan bahwa penyedia layanan menyadari situasi kegagalan. Respons segera penting untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa mereka penting.
- d. Kecepatan penyelesaian (*Resolution speed*) Waktu yang dibutuhkan untuk memperbaiki atau menyelesaikan situasi kegagalan layanan. Semakin cepat penyedia layanan dapat menyelesaikan kegagalan layanan, semakin baik. Kecepatan penyelesaian yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
- e. Aksesibilitas (*Accessibility*), saluran yang tepat bagi pelanggan untuk melaporkan dan mengajukan keluhan jika mereka menghadapi kegagalan layanan. Saluran tersebut harus mudah diakses, ramah pengguna, dan selalu tersedia bagi pelanggan.
- f. Kualitas penyelesaian (*Resolution quality*). Efektivitas solusi yang diterapkan untuk kegagalan layanan dalam memastikan kegagalan serupa tidak terjadi lagi.

Setiap organisasi atau perusahaan yang berfokus pada pelanggan harus menyediakan kesempatan bagi pelanggan untuk memberikan komentar, kritik, ide, dan keluhan, serta akses yang mudah dan nyaman untuk melakukannya (Tjiptono, 2005) dalam (Sari dkk., 2023b). Penanganan keluhan membantu menyelesaikan dan menganalisis kegagalan layanan untuk memulihkan kepercayaan pelanggan (Hart et al., 1990). Pelanggan biasanya mengajukan keluhan ketika tidak puas dengan transaksi perbankan mereka (Ellena, 2011) dalam (Sari dkk., 2023b).

Pelanggan menyampaikan ketidakpuasan mereka terhadap layanan, fasilitas, atau barang kepada penyedia layanan melalui pengaduan pelanggan. Keluhan pelanggan berupa data mentah yang perlu diproses untuk mengekstrak informasi berharga dan aktivitas untuk memproses keluhan disebut penanganan keluhan. Penanganan keluhan dikenal sebagai proses untuk membedakan keluhan yang sebenarnya dengan keluhan yang tidak valid. Penanganan keluhan bertujuan untuk menyelesaikan ketidakpuasan dan mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Penanganan keluhan yang berkaitan dengan aktivitas operasional berfokus pada membantu pelanggan menyelesaikan keluhan mereka.

1.5.8 Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pengguna (Y)

Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna di berbagai sektor, seperti layanan publik dan transportasi. Kualitas layanan yang meningkat meningkatkan kepuasan pengguna, sedangkan kualitas yang menurun mengakibatkan ketidakpuasan dan penurunan loyalitas pengguna (Kotler & Keller, 2016). Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor

yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Cahyono, 2016) dalam (Sari dkk., 2023b).

Sebagaimana penelitian terdahulu membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki korelasi dengan kepuasan pengguna. Apabila kualitas layanannya baik, maka kepuasan pengguna juga akan meningkat, hal ini dinyatakan oleh (Peppers et al., 2017; dalam Eka et al., 2024). Anggi (2020) dalam penelitiannya turut membuktikan bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Demikian penelitian ini divalidasi oleh Sari et al., (2023), mengenai kualitas pelayanan pada Nasabah Bank jika kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna layanan.

Sejalan dengan temuan Saputra (2017), Sepyarina (2019), dan Radhin dan Askafi (2017), yang menemukan bahwa Kualitas Layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tidichumremporn dkk. (2010) dalam (Sari dkk., 2023b) menekankan bahwa Kualitas Layanan tidak dapat diabaikan karena dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Sesuai dengan hal tersebut, pelanggan menilai hasil layanan dan proses penyampaian (Gronross, 2012).

Terdapat korelasi yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan diakui sebagai prasyarat yang diperlukan untuk kepuasan pelanggan (Rasheed & Abadi, 2014; Selvakumar, 2015; Izogo & Ogba, 2015; Abu Saleh et al., 2017) dikutip dari (Sari dkk., 2023b). Kualitas layanan juga secara luas diakui sebagai faktor dengan pengaruh paling menentukan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Olsen dkk., 2014; Selvakumar, 2015). Dapat disimpulkan jika kualitas pelayanannya baik maka

harapan masyarakat terhadap pelayanan tersebut tinggi yang berarti bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna.

1.5.9 Hubungan Penanganan Aduan (X2) dan Kepuasan Pengguna (Y)

Keluhan pelanggan berfungsi sebagai indikator penting ketidakpuasan terkait layanan yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Keluhan berkaitan dengan perilaku manusia dalam menyampaikan ketidakpuasan melalui metode yang berbeda yang bertujuan untuk memastikan kesadaran penyedia layanan akan kualitas layanan dan mendorong tindakan perbaikan yang tepat. Keluhan berfungsi sebagai informasi yang berharga dan berperan penting bagi organisasi dalam menilai efektivitas dan efisiensi layanan yang diberikan. Pengelolaan informasi ini secara efektif melalui metode yang tepat dapat memberikan manfaat bagi organisasi. Penelitian terbaru tentang manajemen keluhan telah dilakukan oleh (Y. Park et al., 2011; S. Iyer et al., 2011; C; Chiao-Chen et al., (2011).

Keluhan dicirikan sebagai pernyataan “ketidakpuasan” mengenai kinerja barang atau jasa yang digunakan. Keluhan dapat berupa laporan formal atau informal dari pelanggan mengenai layanan atau produk yang mereka peroleh. Perusahaan menggunakan keluhan konsumen sebagai data evaluatif untuk meningkatkan kinerja mereka. Dalam mengatasi kegagalan layanan yang mengakibatkan ketidakpuasan. Keluhan muncul ketika bank gagal memberikan layanan yang diharapkan kepada nasabahnya, sehingga menyebabkan kegagalan layanan yang dapat berdampak buruk bagi nasabah. Pengelolaan pengaduan yang tidak memadai dapat menyebabkan nasabah mencari layanan dari bank pesaing, yang mengakibatkan potensi kerugian finansial bagi institusi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sari dkk., 2023b) menemukan bahwa penanganan keluhan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Hal ini sejalan dengan temuan Sanjayawati (2019), Dlizah (2018), dan Radhin dan Askafi (2017), yang menunjukkan bahwa Penanganan Keluhan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penanganan keluhan juga terbukti berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Kurniyawati & Ratno, 2020; Hidayanti et al., 2020; Dlizah, 2018; Radhin & Askafi, 2017; Sanjayawati, 2019).

Penanganan keluhan juga terbukti berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Kurniyawati & Ratno, 2020; Hidayanti dkk., 2020; Dlizah, 2018; Radhin & Askafi, 2017; Sanjayawati, 2019) dalam (Sari dkk., 2023b). Penanganan keluhan yang *excellent* dan cepat tentu diharapkan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan mereka (Wahjono, 2010) dalam (Sari dkk., 2023b). Perusahaan yang dapat menghindari kegagalan layanan dan keluhan cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Ndubisi, 2012) dalam (Sari dkk., 2023b)

1.5.10 Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dan Penanganan Aduan (X2)

Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan karena mereka merasa mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan. Studi oleh Tjiptono & Chandra (2016) juga menegaskan bahwa dalam transportasi publik, dimensi keandalan dan daya tanggap sangat memengaruhi kepuasan pengguna karena keterlambatan atau ketidakpastian waktu layanan dapat menurunkan persepsi

kualitas layanan. Kualitas layanan memainkan peranan penting dengan pengguna sebagai peningkatan layanan, agar kepuasan terus meningkat, penyedia jasa diharapkan terus mempertahankan atau meningkatkan pelayanannya, hal ini seiring dengan pelayanan adalah hal yang dinamis keberjalanannya (Manengal et al., 2021 dalam Nabil (2024). Penelitian oleh Jumriani et al., 2023 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna J&T di Kolaka Utara. Ditemukan juga penelitian oleh Agil et al., (2019), variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah. Apabila penyedia jasa mengalami kendala layanan namun sistem pengaduan berjalan dengan cepat dan baik hal ini dapat meningkatkan kepuasan pengguna sebagai penerima layanan.

1.5.11 Manajemen Transportasi

Salim (2000) mendefinisikan transportasi sebagai proses pemindahan barang (kargo) dan penumpang antar lokasi. Transportasi melibatkan dua elemen utama: pemindahan atau pergerakan barang dan penumpang, dan relokasi fisik dari komoditas ini ke lokasi yang berbeda. Transportasi, sebagaimana didefinisikan oleh Miro (2005), mengacu pada proses pemindahan, pengangkutan, atau transfer objek dari satu lokasi ke lokasi lain, di mana objek tersebut dapat memberikan kegunaan yang lebih besar atau memenuhi tujuan tertentu.

Nasution, (2004), berpendapat bahwa transportasi mengacu pada proses pemindahan barang dan individu dari titik asal ke tujuan yang telah ditentukan. Proses transportasi melibatkan pergerakan dari tempat asal, di mana aktivitas

dimulai, ke tempat tujuan, di mana aktivitas tersebut berakhir. Komponen-komponen transportasi meliputi muatan, kendaraan yang digunakan untuk mengangkut, jalan yang dapat dilalui, terminal di tempat asal dan tujuan, dan sumber daya manusia, organisasi, atau manajemen yang memfasilitasi kegiatan transportasi ini. Kemudian manajemen transportasi adalah sebagai usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan penghasilan jasa angkutan oleh perusahaan angkutan sedemikian rupa, sehingga dengan tarif yang berlaku dapat memenuhi kepentingan umum (Sarana, 2009:9). Pada umumnya manajemen transportasi menghadapi tiga tugas utama (Nasution, 1996:30):

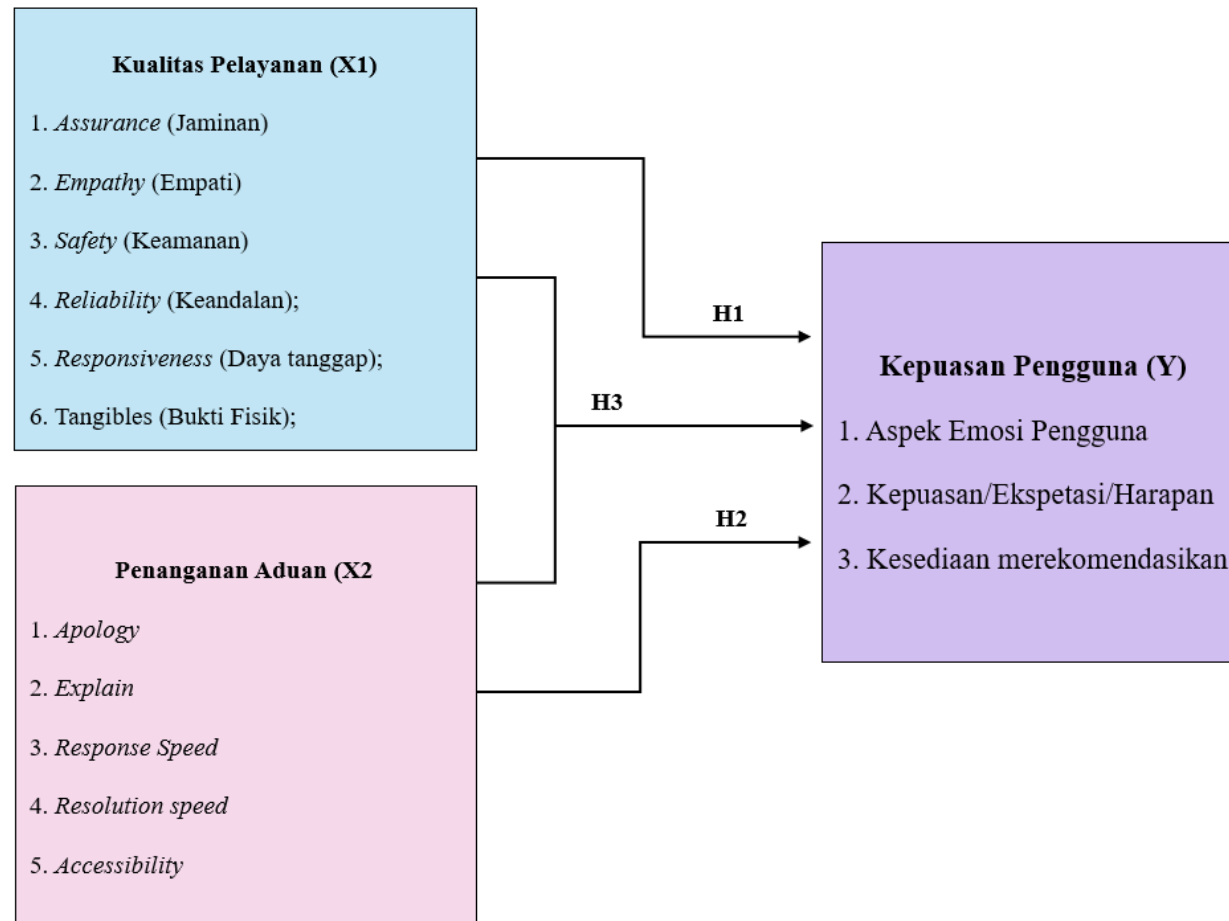
1. Menyusun rencana dan program untuk mencapai tujuan dan misi organisasi secara keseluruhan.
2. Meningkatkan produktivitas dan kinerja Perusahaan.
3. Dampak sosial dan tanggung jawab sosial dalam mengoperasikan angkutan kota.

Transportasi adalah suatu kegiatan perpindahan manusia atau barang dari tempat satu ke tempat yang lainnya. Menurut Papacostas dalam Setijadji (2006:24), transportasi didefinisikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari fasilitas tertentu beserta arus dan sistem kontrol yang memungkinkan orang atau barang dapat berpindah dari suatu tempat ke tempat lain secara efisien dalam setiap waktu untuk mendukung aktivitas manusia. Maka dapat ditarik kesimpulan, transportasi adalah suatu sistem yang terdiri dari fasilitas tertentu, serta arus dan sistem kontrol pengangkutan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan dimana kegiatan transportasi diakhiri. Sebuah transportasi membutuhkan manajemen transportasi dengan kualitas sumber daya yang baik agar transportasi yang dikelola

memiliki kualitas yang bagus untuk penyediaan layanan kepada masyarakat.

Manajemen transportasi dalam Administrasi Publik adalah kegiatan yang meliputi perencanaan, pengaturan, pengawasan, dan pengendalian. Menurut Sani (2010:38) dalam "Transportasi: Suatu Pengantar" manajemen transportasi meliputi:

- (1) Perencanaan yang terdiri dari (a) Menginventarisasi dan Mengevaluasi tingkat pelayanan (*level of service*) lalu lintas. Menginventarisasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pelayanan pada setiap ruas jalan termasuk persimpangan; (b) Menetapkan tingkat pelayanan yang diinginkan; (c) Menetapkan pemecahan permasalahan lalu lintas; (d) Menyusun rencana dan program pelaksanaan implementasinya;
- (2) Pengaturan, pengaturan di jalan adalah suatu kegiatan untuk berlalu lintas pada jaringan atau ruas-ruas jalan tertentu, termasuk dalam hal ini meliputi penataan sirkulasi lalu lintas, penentuan kecepatan maksimum dan atau minimum, larangan penggunaan jalan, larangan dan atau perintah bagi pemakai jalan yang tertuang dalam bentuk rambu atau marka;
- (3) Pengawasan, pengawasan ini dilakukan oleh petugas yang ditunjuk untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan yang ada apakah dilaksanakan dengan baik oleh pengendara;
- (4) . Pengendalian, pada transportasi, pemberian arahan dan petunjuk dalam pelaksanaan kebijaksanaan lalu lintas kepada para pengemudi/masinis/pilot.



Gambar 1.11 Framework Theory
Sumber: Formulasi peneliti (2025)

1.6 Hipotesis

- a. H01 :Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

Ha1 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

- b. H02 :Penanganan aduan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

Ha2 :Penanganan aduan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

- c. H03 :Kualitas pelayanan dan penanganan aduan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

Ha3 :Kualitas pelayanan dan penanganan aduan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta Koridor 1 Blok M- Kota.

1.7 Definisi Konsep

1.7.1 Kepuasan Pengguna (Y)

Kepuasan pengguna adalah respons emosional berupa rasa senang atau kecewa yang timbul setelah pengguna menerima layanan BRT Transjakarta berdasarkan perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan realita yang diterima.

1.7.2 Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah upaya penyelenggara BRT Transjakarta dalam mencapai keunggulan layanan guna memenuhi harapan para pengguna BRT Transjakarta.

1.7.3 Penanganan Aduan (X2)

Penanganan aduan adalah berbagai upaya yang dilakukan oleh penyelenggara BRT Transjakarta dalam memproses serta menyelesaikan keluhan, pertanyaan, saran para pengguna BRT Transjakarta.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan secara mendalam mengenai bagaimana suatu variabel dalam penelitian dapat diukur, diobservasi sampai dengan dioperasionalkan sehingga dapat memberikan penjelasan, kekonsistenan dan batasan yang dapat diukur pada variabel agar dapat dipahami dan diuji.

Tabel 1.8 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Sub Indikator
1.	Kepuasan Pengguna (Y)	1. Emosi pengguna mewakili kondisi psikologis yang mengindikasikan respons afektif individu terhadap pengalaman menggunakan produk atau layanan	a. Perasaan senang karena mendapatkan layanan yang memuaskan. b. Toleransi terhadap layanan BRT apabila layanan BRT menghadapi situasi seperti kemacetan, keterlambatan, kepadatan penumpang, atau kondisi tidak nyaman lainnya.
		2. Kesesuaian harapan terjadi ketika penumpang BRT Transjakarta memiliki kesan bahwa layanan yang mereka dapatkan sesuai dengan apa yang mereka harapkan.	a. Kualitas sarana BRT sesuai atau bahkan lebih dengan harapan pengguna b. Kualitas prasarana BRT sesuai dengan standar operasional prosedur c. Petugas BRT dinilai sudah memenuhi standar yang telah ditetapkan
		3. Kesiediaan merekomendasikan adalah tindakan pengguna dalam menyarankan produk jasa/layanan kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang dirasakan	a. Niat untuk merekomendasikan BRT kepada orang lain b. Menilai dengan positif layanan BRT
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	1. Jaminan (<i>Assurance</i>) adalah indikator yang berfokus pada kemampuan penyelenggara jasa dalam menyenangkan dan menumbuhkan kepercayaan serta keyakinan di antara para konsumen mencakup adaptif terhadap teknologi, komunikasi yang efektif, kesopanan, integritas, kompetensi, dan profesionalisme.	a. Keahlian dan kompetensi pegawai memadai b. Pegawai memiliki kepatuhan terhadap prosedur dan standar operasional layanan c. Kesopanan dan keramahan pegawai
		2. <i>Empathy</i> (Empati) adalah indikator yang berfokus pada etika, kesopanan	a. Sikap peduli terhadap keluhan dan kebutuhan pengguna b. Pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pengguna

No	Variabel	Definisi Operasional	Sub Indikator
			c. Kemudahan akses informasi bagi pengguna berkebutuhan khusus
		3. <i>Reliability</i> (Keadananan), <i>Reliability</i> (Keandalan), Indikator yang mengacu pada kemampuan dan kestabilan penyelenggara jasa BRT Transjakarta dalam memberikan layanan BRT seperti pelaksanaan jasa dan penyelesaian masalah	a. Ketepatan waktu layanan sesuai jadwal yang telah ditentukan. b. Kemampuan menyelesaikan keluhan dan permasalahan pengguna secara efektif c. Akurasi informasi dan layanan yang diberikan kepada pengguna
		4. <i>Safety</i> (keamanan), mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk memastikan keamanan fisik dan psikologis pengguna selama perjalanan, baik di dalam bus maupun di halte. Peningkatan standar keselamatan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan BRT dan mendorong mereka untuk menggunakan transportasi umum secara berkelanjutan.	a. Kebersihan dan kelayakan sarana transportasi serta fasilitas pendukung b. Suasana layanan mendukung kenyamanan pengguna (pencahayaannya, pendingin suhu, dll.) c. Fasilitas yang memadai (tempat duduk, mushala, ruang tunggu, toilet, ruang laktasi, dll.)
		5. <i>Tangibles</i> (Bukti Nyata), Mencerminkan segala aspek fisik yang dapat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan, mulai dari kondisi armada, fasilitas halte, informasi layanan, hingga tampilan petugas yang meningkatkan kepuasan pengguna dan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem transportasi yang disediakan.	a. Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai dan modern (Lift, <i>eskalator</i> , pengisian kartu saldo, <i>tapping e-money</i>) b. Kejelasan tanda, petunjuk, atau informasi yang tersedia bagi pengguna c. Kondisi fisik kendaraan armada yang bersih dan terawat.

No	Variabel	Definisi Operasional	Sub Indikator
		6. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap), indikator ini memfokuskan pada komitmen penyelenggara jasa dalam memberikan layanan yang tepat dan cepat dalam menanggapi permintaan pengguna terhadap keluhan.	a. Kesiediaan pegawai dalam membantu pengguna tanpa menunda waktu b. Transparansi dalam memberikan informasi terkait layanan dan perubahan kebijakan c. Kemudahan pengguna dalam mengakses layanan bantuan atau informasi.
3.	Penangan Aduan (X2)	1. <i>Apology</i> (permintaan maaf) adalah metrik yang menjamin penyedia layanan BRT Transjakarta meminta maaf atas kekurangan layanan.	a. Penggunaan bahasa yang sopan dan empati saat menyampaikan permintaan maaf kepada pengguna b. Penyediaan kompensasi atau solusi sebagai bentuk permintaan maaf atas ketidaknyamanan pelanggan c. Pemberitahuan resmi dari PT Transjakarta terkait gangguan layanan disertai permintaan maaf (misalnya melalui email, media sosial, atau pengumuman di lokasi)
		2. <i>Explain</i> (penjelasan), adalah indikator yang berfokus pada penyelenggara jasa layanan BRT Transjakarta memberikan penyelesaian masalah yang tepat untuk keluhan pengguna BRT	a. Penyedia memberikan penjelasan yang jelas mengenai penyebab gangguan atau kendala b. Penyedia membuat media informasi seperti papan pengumuman, website, atau customer service untuk memberikan penjelasan yang transparan
		3. <i>Responsiveness</i> , mencerminkan kemampuan penyedia layanan dalam merespons kebutuhan pengguna dengan cepat dan tepat. Tingkat respons yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap sistem transportasi ini.	a. Kecepatan dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan pelanggan b. Sistem layanan pelanggan yang responsif, seperti chatbot, call center 24 jam, atau layanan WhatsApp resmi. c. Tersedianya petugas layanan yang siap membantu pelanggan kapan saja dalam jam operasional.

No	Variabel	Definisi Operasional	Sub Indikator
		4. Resolution mencerminkan efektivitas sistem dalam menyelesaikan masalah pengguna secara cepat, adil, dan transparan. Penyelesaian yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna serta membangun kepercayaan terhadap layanan BRT.	a. Penyediaan solusi yang konkret dan tepat waktu b. Evaluasi dan tindak lanjut setelah keluhan ditangani untuk memastikan masalah tidak terulang. c. Sistem pencatatan keluhan dan penyelesaian yang terdokumentasi
		5. <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas), mencerminkan sejauh mana pengukuran kemudahan terhadap layanan BRT Transjakarta dapat digunakan oleh seluruh penumpang termasuk kelompok tertentu seperti penyandang disabilitas, lansia dan ibu hamil	a. Penyediaan fasilitas layanan yang ramah bagi penyandang disabilitas (jalur khusus, tulisan braille, layanan juru bahasa isyarat) b. Fleksibilitas dalam metode pembayaran atau pengajuan layanan agar lebih mudah dijangkau oleh pelanggan.

Sumber: Formulasi Peneliti (2025)

1.9 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan sistematis yang melibatkan serangkaian langkah untuk menjawab pertanyaan penelitian secara objektif. Mulai dari pengamatan awal hingga analisis data yang mendalam, setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat diandalkan dan dapat diuji kembali. Metode penelitian menawarkan berbagai teknik, baik kuantitatif maupun kualitatif, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Dengan demikian, metode penelitian menjadi alat yang sangat penting dalam menghasilkan pengetahuan baru dan mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar kita.

1.9.1 Tipe Penelitian

Singarimbun & Effendi (2008) Terdapat tiga tipe penelitian yaitu: (1) Eksploratif; (2) Deskriptif; dan (3) Eksplanatori. Penjelasan ketiga tipe penelitian menurut Singarimbun & Effendi (2008) adalah sebagai berikut:

a. Tipe Penelitian Eksploratif (*Explorative Research*)

Penelitian eksploratif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk memalahi lebih dalam tentang suatu fenomena atau masalah tertentu dengan merumuskan masalah secara rinci serta menyusun dugaan atau hipotesis mengenai fenomena atau masalah tersebut.

b. Tipe Penelitian Deskriptif (*Descriptive Research*)

Penelitian deskriptif adalah tipe penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan dan membandingkan fenomena-fenomena yang ditemukan, melakukan klasifikasi terhadap fenomena tersebut, serta menentukan hubungan antara gejala yang teridentifikasi.

c. Tipe Penelitian Eksplanatori (*Explanatory Research*)

Penelitian eksplanatori adalah tipe penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya berdasarkan hasil dari perumusan hipotesis yang telah ditetapkan diawal penelitian.

Tipe penelitian pada penelitian ini didasari pada tipe penelitian eksplanatori, yang dapat dijelaskan sebagai pendekatan yang bertujuan dalam menggali interaksi kausalitas antara beragam variabel penelitian melalui pengujian hipotesis atau dugaan yang bersifat sementara. Konsep ini seperti yang dipaparkan oleh Singarimbun & Effendi (2011), menekankan pada upaya menjelaskan mengapa dan bagaimana variabel-variabel tertentu dalam penelitian ini berkaitan satu sama lain secara kausal. Jadi, dalam orientasi utama dalam penelitian eksplanatori yakni untuk menguji hipotesis atau pra-duga sementara yang lalu telah diperhitungkan. Dengan demikian melalui penelitian ini, diharapkan kita akan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana hubungan dan pengaruh variabel-variabel tersebut saling berinteraksi dalam konteks penelitian ini.

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang melingkupi objek atau subjek yang memiliki kualitas serta ciri-ciri kategoris dan ditentukan oleh peneliti yang kemudian dapat dipelajari serta ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Sugiyono dalam (Nurdin dan Hartati, 2019:91). Ismiyanto (dalam Nurdin dan Hartati, 2019:92) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan subjek penelitian seperti

benda, orang, ataupun hal lain yang mengandung informasi penting sehingga dapat diambil dalam bentuk data penelitian. Sementara itu, Nursalam (dalam Nurdin dan Hartati, 2019:92) berpendapat yakni populasi ialah suatu koheren dari variabel penting yang kemudian hendak diteliti. Populasi yang diangkat dari penelitian ini yaitu masyarakat yang merasakan pelayanan dari salah satu instansi pelayanan publik. Populasi yang diikutsertakan pada penelitian ini adalah jumlah rata-rata pengguna BRT rute Blok M- Kota setiap hari. Pada tahun 2024, jumlah pengguna BRT rute Blok M- Kota adalah sebesar 20,861,602 dibagi 365 hari. Berdasarkan perhitungan tersebut, total semua populasi adalah sebesar 56.998.

1.9.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian keseluruhan jumlah dan sifat yang dipunyai atas populasi itu. Apabila populasi terlalu luas dan dirasa tidak memungkinkan dalam menelaah keseluruhan yang terdapat dalam populasi karena adanya dana terbatas, waktu dan tenaga sehingga peneliti bisa memakai hasil sampel yang dihasilkan dari populasi yang mewakili. Adapun prinsip pengambilan sampel adalah representasi dari populasi. Dalam menentukan besaran sampel peneliti memakai Rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n : Besarnya sampel penelitian

N : Total populasi penelitian (total pengguna BRT

e2 : Nilai kritis (batas ketelitian) atau persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel berkisar 1%, 5%, atau 10%.

Penelitian ini menggunakan kelonggaran atau taraf kesalahan sebesar 10%. Pengguna BRT Transjakarta rute Blok M- Kota. Berdasarkan total BRT Transjakarta rute Blok M- Kota perharinya sebesar 56.998 pengguna layanan dan diaplikasikan rumus tersebut, maka jumlah sampel respondennya adalah:

$$S = \frac{56.998}{1 + 56.998 \cdot 0,10^2}$$

$$S = \frac{56.998}{1 + 569,98} = \frac{56.998}{570,98}$$

$$S = 99,82486 \text{ (pembulatan} = 100)$$

Berdasarkan total BRT Transjakarta rute Blok M- Kota perharinya sebesar 56.998 pengguna layanan dan diaplikasikan rumus tersebut, maka jumlah sampel respondennya adalah 100 responden.

1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah metode yang diterapkan untuk menentukan pemilihan sampel atau responden dalam suatu penelitian (Pasolong, 2014). Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian adalah dengan menerapkan *Probability Sampling* dengan metode *Proportional Random Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau

kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Kadji, 2016). Metode *Proportional Random Sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana jumlah sampel dalam setiap strata sebanding dengan jumlah anggota populasi dalam masing-masing strata populasi (Kismartini & Yusuf, 2023; Yusuf, 2014).

Tabel 1.9 Proporsi Responden Penelitian

No.	Rute	$\frac{\text{Tingkat Kepadatan}}{\text{Total Kepadatan}} \times \text{Total Sampel}$	Jumlah Responden
1.	Blok M	$1,513,894 \div 20,861,602 \times 100 = 7,256844$	7 Responden
2.	Asean	$419,811 \div 20,861,602 \times 100 = 2.012362$	2 Responden
3.	Masjid Agung	$433,090 \div 20,861,602 \times 100 = 2.076015$	2 Responden
4.	Bundaran Senayan	$1,502,546 \div 20,861,602 \times 100 = 7.202447$	7 Responden
5.	Gelora Bung Karno (Penyesuaian 2025 Senayan Bank Jakarta)	$2,318,379 \div 20,861,602 \times 100 = 11.11313$	11 Responden
6.	Polda Metro Jaya	$677,778 \div 20,861,602 \times 100 = 3.248925$	3 Responden
7.	Bendungan Hilir	$548,107 \div 20,861,602 \times 100 = 2.627348$	3 Responden
8.	Karet	$1,507,540 \div 20,861,602 \times 100 = 7.226386$	7 Responden
9.	Dukuh Atas	$730,083 \div 20,861,602 \times 100 = 3.499649$	3 Responden
10.	Teluk Betung (Penyesuaian 2025 Tosari)	$1,110,738 \div 20,861,602 \times 100 = 5.324317$	5 Responden
11.	Bundaran HI Astra	$2,207,221 \div 20,861,602 \times 100 = 10.58030$	11 Responden
12.	MH Thamrin	$1,357,350 \div 20,861,602 \times 100 = 6.506451$	7 Responden
13.	Kebon Sirih Arah Blok M (Penyesuaian tahun 2025 Kebon Sirih Arah Utara)	$139,688 \div 20,861,602 \times 100 = 0.669593$	1 Responden
14.	Monumen Nasional	$987,182 \div 20,861,602 \times 100 = 2.708401$	3 Responden
15.	Harmoni	$912,096 \div 20,861,602 \times 100 = 4.372128$	4 Responden
16.	Sawah Besar	$376,272 \div 20,861,602 \times 100 = 1.803658$	2 Responden
17.	Mangga Besar	$558,259 \div 20,861,602 \times 100 = 2.676012$	3 Responden
18.	Taman Sari	$565,016 \div 20,861,602 \times 100 = 3,363958$	3 Responden
19.	Glodok	$947,220 \div 20,861,602 \times 100 = 4.540495$	6 Responden
20.	Kebon Sirih Arah Kota	$111.426 \div 20,861,602 \times 100 = 0.534120$	1 Responden

No.	Rute	$\frac{\text{Tingkat Kepadatan}}{\text{Total Kepadatan}} \times \text{Total Sampel}$	Jumlah Responden
	(Penyesuaian 2025 Kebon Sirih Arah Utara)		
21.	Kota	$1,203,620 \div 20,861,602 \times 100 = 5.769547$	6 Responden
22.	Kejaksaaan Agung (Perluasan ASEAN)	$476,767 \div 20,861,602 \times 100 = 2.285380$	2 Responden
Total			100 Responden

Sumber: Formulasi Peneliti (2025)

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

1.9.4.1 Jenis Data

Sugiyono (2015), menyatakan bahwa jenis data dapat dikategorikan menjadi dua adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Di dalam melakukan analisis ini, penulis lebih terfokus pada data kuantitatif yang akan dijelaskan di bawah ini.

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data dengan bentuk berupa susunan kata, kalimat, skema dan gambar maupun data yang berupa keterangan- keterangan dan tidak bentuk angka (Sugiyono, 2013) sehingga penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki hasil kesimpulan terkait data yang digambarkan secara rinci, tetapi bukan data dalam wujud angka. Data kualitatif yang digunakan pada penelitian demikian yakni data mengenai hasil wawancara, nama, dan objek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang cara mengukurnya yakni dengan menggunakan skala numerik atau angka, dan dikategorikan jadi data interval dan data rasio (Kuncoro, 2013). Data kuantitatif pada penelitian berikut berbentuk kuesioner masyarakat pengguna BRT Transjakarta Rute/Koridor Blok M- Kota.

1.9.4.2 Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, peneliti memperoleh data secara langsung dari informan. Dapat disimpulkan bahwa data primer menjadi sumber data dalam penelitian yang didapat secara langsung melalui sumber pertama (tidak melewati perantara atau mediator). Dalam penelitian ini, yang termasuk sumber data primer adalah pengguna BRT Transjakarta Rute/Koridor Blok M- Kota.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019: 193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Sumber data sekunder pada penelitian ini, yakni diantaranya artikel ilmiah, jurnal ilmiah, majalah ilmiah, buku, dan dokumen-dokumen dari institusi terkait penyelenggaraan jasa layanan BRT Transjakarta.

1.9.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dipergunakan dalam mengelompokkan variabel yang akan diukur, menggambarkan representasi nilai pada suatu variabel, dan menghubungkan nilai-nilai tersebut satu sama lain. Ada empat macam skala pengukuran yang umum digunakan, yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio. Sesuai dengan Irianto (2015), keempat jenis skala itu dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Ukuran Nominal

Skala nominal adalah skala dengan strata tersederhana dan mengelompokkan variabel berdasarkan tipe atau golongan. Pada skala nominal, angka yang digunakan tidak lebih sebagai simbol atau tanda dari objek yang sedang dianalisis, tanpa memiliki arti perhitungan yang inheren.

b. Ukuran Ordinal

Skala ordinal yakni Skala berdasarkan peringkat yang disusun dari tingkat tertinggi hingga terendah atau sebaliknya. Skala ini juga disebut skala pembeda, tetapi perbedaan antara angka tidak selalu konsisten. Skala ordinal mengindikasikan kategori dan memiliki hubungan kuantitatif dalam bentuk tingkatan (gradasi).

c. Ukuran Interval

Skala interval yakni skala yang memperlihatkan interval antara satu dengan data lainnya dengan berat yang sama. Skala interval memiliki rentang yang konstan dalam tingkatannya, tetapi tidak memiliki nol mutlak.

d. Ukuran Rasio

Skala rasio adalah bentuk mengukur yang memiliki tingkat paling tinggi, dimana terdapat nilai nol absolut dan jarak yang sama antara setiap tingkat. Skala rasio mampu menggambarkan kuantitas secara mutlak dan dapat digunakan dalam berbagai jenis analisis penelitian dengan menggunakan berbagai teknik statistik yang ada. Pada penelitian ini, digunakan skala pengukuran ordinal yang membedakan tingkat data memakai skala Likert. Sesuai dengan Djaali dan Muljono (2007), yang mendefinisikan skala Likert yakni alat pengukuran yang

berguna dalam menilai perilaku, pandangan, atau pandangan individu atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial maupun adanya peristiwa tertentu.

Tabel 1.10 Skala Pengukuran

No	Skala	Kodifikasi	Nilai
1.	Sangat Tidak Puas	(STP)	1
2.	Tidak Puas	(TP)	2
3.	Puas	(P)	3
4.	Sangat Puas	(SP)	4

Sumber: Sugiyono, (2017); Yusuf, (2014).

Jawaban diatas dikonsultasikan dengan penjelasan sebagai berikut:

- Pilihan jawaban Sangat Tidak Puas (STS) diberi nilai 1;
- Pilihan jawaban Tidak Puas (TS) diberi nilai 2;
- Pilihan jawaban Puas (S) diberi nilai 3;
- Pilihan jawaban Sangat Puas (SS) diberi nilai 4.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam sebuah investigasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, antara lain sebagai berikut (Priadana & Sunarsi, 2021):

1. Teknik Kuesioner (Angket)

Priadana & Sunarsi (2021) menunjukkan bahwa data primer dalam sebuah penelitian diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui pengukuran, perhitungan yang dilakukan sendiri, dan metode-metode seperti survei, observasi, dan wawancara. Sumber data utama untuk penelitian ini adalah informasi yang diperoleh peneliti dengan menggunakan kuesioner atau survei. Teknik kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan terstruktur kepada responden untuk dijawab. Kuesioner

adalah seperangkat alat pengumpulan data yang berisikan daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden yang nantinya akan diolah kembali oleh peneliti. Instrumen ini terdiri dari daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dan akan diberikan kembali kepada peneliti. Masyarakat yang menggunakan BRT Transjakarta Rute Blok M - Kota Koridor Blok M adalah penerima kuesioner yang disebarkan oleh peneliti.

2. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah serangkaian tindakan yang digunakan untuk melacak data berdasarkan kegiatan wawancara. Kegiatan wawancara dilakukan dengan cara yang tidak formal dan waktunya fleksibel. Layanan BRT Transjakarta Rute/Koridor Blok M- Kota menjadi subjek wawancara dengan pengguna yang dipilih secara acak. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pengalaman pengguna selama menggunakan layanan ini. Wawancara ini tidak diorganisir dengan cara apapun. Pedoman wawancara disajikan dalam bentuk garis besar permasalahan yang ingin dipecahkan oleh peneliti, yaitu secara spesifik mengenai kualitas pelayanan dan pengelolaan keluhan dalam proses pelaksanaan layanan BRT

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai bukti akurat dalam memperkuat argumentasi. Penggunaan prosedur dokumentasi memberikan tingkat kepastian yang lebih tinggi. Dokumentasi digunakan sebagai bukti yang dapat memperkuat klaim sebelumnya berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara.

1.9.7 Teknik Analisis

Analisis data menurut John W. Tukey adalah sebuah prosedur dalam menganalisis data, teknik-teknik untuk mengintepresikan hasil-hasil dari analisis, serta di dukung oleh proses pengumpulan data untuk membuat analisis tersebut menjadi lebih mudah, lebih tepat, dan juga lebih akurat. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa teknik analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan analisis data meliputi: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data seluruh responden berdasarkan variabel, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data berfungsi sebagai alat pendukung dalam upaya penelitian untuk menggambarkan dan menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti (Iskandar, 2013).

Menurut (Notoatmodjo, 2010) metode pengolahan data terdiri atas:

1. *Editing*; atau proses penyuntingan adalah tahapan kegiatan untuk memeriksa keabsahan data yang masuk seperti memeriksa kelengkapan pengisian kuesioner, kejelasan jawaban, dan homogenitas suatu pengukuran.
2. *Coding*; atau kode adalah tahap pengelompokan data dan jawaban berdasarkan kategorinya masing-masing. Setiap kategori data pada kuesioner memiliki kode tertentu yang terdapat pada *coding*.
3. *Tabulating*; tabulasi adalah proses penyusunan data ke dalam tabel berdasarkan kode untuk kemudahan penjumlahan, pengurutan, dan penyajian serta pemeriksaan dalam lembar ringkasan atau matrik data.

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian kuantitatif membantu memproses data numerik yang disusun dalam tabel statistik. Data yang dikumpulkan berusaha menemukan tren antara variabel yang diteliti dan membantu seseorang memutuskan apakah hipotesis yang dikembangkan dapat diterima atau ditolak.

Tahap analisis dan penyajian data melibatkan penghitungan data, yang mencakup hal-hal spesifik berikut ini.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tujuan dari uji validitas dalam proses analisis data adalah untuk memungkinkan seseorang mengetahui keabsahan instrumen penelitian, sehingga seseorang dapat menentukan apa yang seharusnya diukur dengan peralatan tersebut. Di sisi lain, instrumen dikatakan dapat reliabel jika hal-hal yang sebanding dapat diukur dengan instrumen tersebut dan memberikan hasil yang sesuai.

a. Uji Validitas

Wiratna Sujarweni (2021:83) menyatakan bahwa uji validitas mendefinisikan kelayakan setiap elemen pada setiap pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Biasanya, serangkaian pertanyaan ini mendukung kelompok variabel tertentu. Setiap item pertanyaan dari uji validitas harus diuji validitasnya. Menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas digunakan untuk menetapkan bahwa data yang dihasilkan dapat diandalkan dan menggambarkan kenyataan. Uji

validitas berfungsi dalam mengidentifikasi item kuesioner yang perlu dihapus atau dimodifikasi karena dinilai tidak relevan. Uji validitas menggunakan korelasi Spearman Rank . Rumus uji validitas

$$\rho = 1 - \frac{6\sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan:

D = Deviasi urutan responden pada tes yang disusun

N = Jumlah Responden Uji Validitas

Nilai koefisien yang diperoleh dalam uji validitas diinterpretasikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.11 Interpretasi Koefisien Korelasi Spearman

No.	Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1.	0.01 – 0.19	Tidak ada hubungan
2.	0.20 – 0.29	Hubungan Lemah
3.	0.30 – 0.39	Hubungan Sedang
4.	0.40 – 0.69	Hubungan Kuat
	> 0.70	Hubungan Sangat Kuat

Sumber: Leclezio et al. (2015) oleh El Fikri, N (2024).

Item pertanyaan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} \geq 0.300$ dan item pertanyaan dinyatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < 0.300$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menilai konsistensi dan akurasi instrumen pengumpul data yang mencerminkan kestabilan dalam mengukur gejala tertentu (Sugiyono, 2017). Reliabilitas berhubungan dengan tingkat konsistensi pada objek dan data serta memastikan instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang serupa saat digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama.

Peneliti menerapkan metode koefisien *Cronbach's Alpha*, yang dirumuskan sebagai berikut (Juliandi, 2008):

$$\alpha = \frac{k'}{(k - 1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

α = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian

Hasil dalam analisis reliabilitas instrumen atau alat ukur akan ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach's*. Suatu instrumen dianggap reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.600 (nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0.600) (Ghozali, 2018; Juliandi, 2008).

Tabel 1.12 Interpretasi Koefisien Korelasi Cronbach's α

No.	Cronbach's α	Konsistensi Internal
1.	$\alpha \geq 0.9$	Hubungan Sempurna
2.	$0.7 \leq \alpha < 0.9$	Hubungan Bagus
3.	$0.6 \leq \alpha < 0.7$	Hubungan Diterima
4.	$0.5 \leq \alpha < 0.6$	Hubungan Buruk
	$\alpha < 0.5$	Hubungan Tidak Diterima

2. Analisis Tabulasi

a. Tabulasi Tunggal

Analisis tabel tunggal melibatkan pengelompokan variabel penelitian berdasarkan frekuensinya. Tabel tunggal merupakan tahap awal dalam analisis 6 dan terdiri dari dua kolom: kolom frekuensi dan kolom presentasi untuk setiap kategori (Singaeimbun, 2011: 266 dalam (Nasution, 2022)).

Analisis tabel tunggal dilakukan dengan membuat tabel frekuensi, kemudian memasukkan data yang diperoleh dari kuesioner ke dalam kerangka tabel yang telah ditetapkan, yang kemudian dianalisis berdasarkan jawaban yang diberikan. Grafik frekuensi dibuat berdasarkan kategori yang telah ditentukan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner (Listya Saputri, 2013). Rumus persentase yang digunakan untuk tabel tunggal adalah sebagai berikut :

$$p = \frac{f}{n}$$

Keterangan:

P : Presentase

f : Jumlah responden

n : Jumlah responden seluruhnya (Minarso, 2008: 17)

b. Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Analisis tabulasi silang pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom, dimana data yang digunakan untuk menyajikan crosstab adalah data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2016:21). Dengan kata lain, analisis tabulasi silang dilakukan untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks, penyilangan dua variabel dalam satu tabel ini bertujuan agar mudah dipahami. Analisis dapat dilihat dari metode uji chisquare yang digunakan dimana apabila Sig. (2-sided) lebih kecil dari $\alpha=0,05$ maka terdapat hubungan signifikan antara 2 variabel (Candana, 2020).

Menurut Imam Indriatno dan Rahmat Irwinsyah (1997:49) analisis tabulasi silang (*crosstabs*) adalah metode analisis data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval, serta kombinasi diantaranya. Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga-harga statistik beserta ujinya. Metode ini memiliki beberapa metode pendekatan yang berbeda dan menggunakan uji statistik yang berbeda pula, tergantung pada banyaknya variabel yang diidentifikasi hubungannya satu sama lain.

Tabulasi silang merupakan metode yang mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks yang hasilnya disajikan dalam suatu tabel dengan variabel yang tersusun dalam baris dan kolom. Variabel ini merupakan variabel kategori bebas pada satu bagian dan variabel kategori prediktor pada bagian lainnya.

Ciri analisis tabulasi silang (Arif Rohmadi, 2013:1-2) adalah adanya dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan secara deskriptif serta data penyajian berupa data kualitatif, khususnya yang berskala nominal. Kegunaan analisis tabulasi silang antara lain :

1. Membantu menyelesaikan penelitian yang berkaitan dengan penentuan hubungan antarvariabel atau faktor yang diperoleh dari data kualitatif, setelah melalui uji statistik.
2. Menentukan derajat asosiasi (hubungan kuat atau lemah).
3. Dapat menentukan variabel dependen (terikat) dan variabel independen

(bebas) dari dua variabel yang dianalisa.

3. Koefisien *Kendall Tau*

Uji korelasi yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan Uji Korelasi *Kendall Tau* mengingat data yang digunakan bersifat ordinal. Tujuan dari uji korelasi *Kendall Tau* adalah untuk menguji hubungan antara dua variabel yang dapat dianalisis melalui tingkat signifikansi. Jika terdapat hubungan, akan ditentukan seberapa kuat hubungan tersebut.

$$\tau = \frac{S}{\frac{N(N-1)}{2}}$$

(Sujarweni, 2014).

Keterangan:

N = Jumlah individu atau responden
 S = Skor atau Nilai
 τ = Koefisien Korelasi Kendall Tau

Hasil perhitungan tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut

Tabel 1.13 Interpretasi Koefisien Korelasi Kendall Tau

No.	Interval Koefisien	Konsistensi Internal
1.	0,00 – 0,25	Hubungan Sangat Lemah
2.	0,26 – 0,50	Hubungan Cukup
3.	0,51 – 0,75	Hubungan Kuat
4.	0,76 – 0,99	Hubungan Sangat Kuat
	1,00	Hubungan Sempurna

Sumber: Sarwono & Suhayati, 2010

Uji signifikan koefisien Kendall Tau tersebut diuji dengan menggunakan rumus:

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Keterangan:

Z = Uji Signifikansi

τ = Koefisien Korelasi Kendall Tau

N = Total responden penelitian yang diurutkan pada masing-masing variabel X dan Y.

Hasil perhitungan kemudian dianalisis dengan kriteria signifikasi sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikasi yang diperoleh lebih kecil daripada 0.05 ($Z < 0.05$) maka terdapat hubungan yang signifikan (nyata) yang berarti Hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak;
- b. Apabila nilai signifikasi yang diperoleh sama dengan lebih besar daripada 0.05 ($Z > 0.05$) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan (nyata) yang berarti Hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima.

4. Konkordansi Kendall (W)

Koefisien Konkordansi digunakan untuk mengukur derajat asosiasi atau tingkat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Penanganan Aduan (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y) secara simultan. Pengukuran ini dilakukan dengan mempertimbangkan penilaian terhadap kumpulan urutan pada setiap

variabel yang saling berkaitan. Rumus Koefisien Konkordansi Kendall (W) adalah sebagai berikut:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{2}k^2(N^3 - N)}$$

$$S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2$$

Keterangan:

W = Koefisien Asosiasi Konkordansi Kendall

S = Jumlah kuadrat deviasi

k = Banyaknya variabel

N = Jumlah Responden

R_j = Jumlah Ranking Variabel (Pengamat) Perobjek

Interpretasi koefisien Konkordansi Kendall (W) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.14 Tingkat Kesepakatan Antar Variabel

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Sedikit Setuju
0,21 – 0,40	Kesepakatan Wajar
0,41 – 0,60	Kesepakatan Sedang
0,61 – 0,80	Kesepakatan Subtansial
> 0,80	Kesepakatan Sempurna

Landis & Koch (1977) Sumber: Landis & Koch (1977)

Pengujian taraf signifikan dilakukan dengan cara memasukkan nilai W ke dalam rumus *Chi Square*, yaitu:

$$X^2 = k(N - 1)W$$

Keterangan:

$X^2 = \text{Test Chi Square}$

W = Koefisien Konkordansi Kendall

k = Banyaknya variabel

N = Jumlah Responden

Hasil perhitungan tersebut dikonsultasikan dengan Tabel distribusi X^2 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% berarti sangat signifikan dan hipotesis alternatif dapat diterima.
2. Apabila $X^2_{hitung} \leq X^2_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% berarti sangat signifikan dan hipotesis alternatif tidak dapat diterima (ditolak).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kontribusi nilai suatu variabel (X) terhadap peningkatan atau penurunan nilai variabel lainnya (Y).

Koefisien determinasi, dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Korelasi

Koefisien Determinasi (R^2) dihitung untuk memahami sejauhmana persentase kontribusi hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Penanganan Aduan (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Interpretasi nilai koefisien Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.15 Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Deskripsi
0,000 – 0,199	Kontribusi Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Kontribusi Lemah
0,400 – 0,599	Kontribusi Sedang
0,600 – 0,799	Kontribusi Kuat
0,800 – 1,000	Kontribusi Sangat Kuat

Sumber: Sarjana et al. (2023)

Terdapat 5 kelas interval dalam mendeskripsikan tingkat kontribusi berdasarkan interpretasi Koefisien Determinasi (R^2) menurut Sarjana et al. (2023) antara lain: (a) Kontribusi sangat lemah; (b) Kontribusi lemah; (c) Kontribusi sedang; (d) Kontribusi kuat; dan (e) Kontribusi Sangat Kuat.