

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Di Stasiun Lebak Bulus Grab Pada Masa Pandemi Covid-19

Rame Soekarsono^{a,1*}, Reanaldi Akbar^{b,2}

^{a,b} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, Jakarta 10530, Indonesia

¹soekarsono284@gmail.com, ²reanaldiakbar181295@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

The phenomenon behind this research is passenger dissatisfaction with the quality of MRT services at the Lebak Bulus Grab Station. In addition, the author was also interested in examining the effect of higher ticket prices than other transportation such as KRL and Transjakarta on passenger satisfaction. This research was conducted during the Covid-19 pandemic, a period that led to a decline in the number of passengers.

The research method used by the researcher was a quantitative method. Data was collected through library and additional document research, field studies/surveys, and questionnaire distribution. The research sample included 100 passengers. Data analysis was conducted using questionnaire validity test, classical assumption test, hypothesis testing and multiple linear regression analysis.

The results showed that service quality had a positive and significant effect on passenger satisfaction at the Lebak Bulus Grab Station during the Covid-19 pandemic, as evidenced by a significance value of $0.00 < 0.05$, a t value of $7,247 > t$ table $1,985$, and a regression coefficient of 0.399 . The coefficient of determination (R^2) value of 0.552 or 55.2% indicates that the Service Quality variable (X_1) affected the Passenger Satisfaction variable (Y) by 55.2% , with the remaining 44.8% being the influence of other variables outside the study. Ticket prices had a positive and significant effect on passenger satisfaction at Lebak Bulus Grab Station during the Covid-19 pandemic, as evidenced by a significance value of $0.00 < 0.05$, a t value of $5.927 > t$ table 1.985 , and a regression coefficient of 1.069 . The coefficient of determination (R^2) value of 0.493 or 49.3% indicates that the Ticket Price variable (X_2) affected the Passenger Satisfaction variable (Y) by 49.3% , with the remaining 50.7% being the influence of other variables outside the study. Simultaneously the quality of service and ticket prices have a positive and significant effect on passenger satisfaction at the Lebak Bulus Grab Station during the Covid-19 pandemic, as evidenced by a significance value of $0.00 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value of 0.671 or 67.1% indicates that the independent variables Service Quality (X_1) and Ticket Prices (X_2) affected the dependent variable Passenger Satisfaction (Y) by 67.1% , with the remaining 32.9% being the influence of other variables not included in this research model.

Keywords

Service quality, ticket prices, passenger satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan penumpang merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh PT. MRT Jakarta karena dengan adanya penumpang maka bisnis PT. MRT Jakarta akan tetap berlangsung dengan baik. Karena pentingnya kepuasan penumpang terhadap keberlangsungan bisnis PT. MRT Jakarta maka peneliti tertarik melakukan pengamatan tentang kualitas pelayanan yang telah diberikan. Dalam hal ini peneliti ingin melakukan pengamatan di Stasiun Lebak Bulus Grab yang mana peneliti bekerja di Stasiun Lebak Bulus Grab. Selain itu alasan dipilihnya Stasiun MRT Lebak Bulus Grab merupakan salah satu stasiun besar yang dimiliki oleh PT. MRT Jakarta yang mana peneliti ingin mengamati apakah dengan jumlah penumpang yang banyak akan berpengaruh pada kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh petugas di stasiun.

Walaupun sejak beroperasi PT MRT Jakarta sudah berkomitmen untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada penumpang. Namun berdasarkan pengamatan peneliti baik dari hasil laporan keluhan penumpang dari media sosial/call center dan melakukan wawancara kepada penumpang ditemukan bahwa



penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab belum sepenuhnya puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Selain meneliti pengaruh kualitas pelayanan, peneliti juga tertarik meneliti tentang pengaruh harga tiket di Stasiun Lebak Bulus Grab terhadap kepuasan penumpang. MRT Jakarta sebagai salah satu transportasi di DKI Jakarta memiliki harga yang lebih tinggi dibanding moda transportasi lainnya seperti KRL dan Transjakarta. Dengan adanya perbedaan harga tiket tersebut membuat peneliti tertarik melaksanakan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga tiket MRT yang lebih tinggi dengan kepuasan yang diterima penumpang. Tingginya harga tiket menjadikan penumpang memiliki harapan tinggi juga bahwa akan menerima kualitas pelayanan yang baik sehingga terwujudlah kepuasan ketika menggunakan moda MRT.

Pandemi Covid-19 yang masuk pada pertengahan bulan maret 2020 di Indonesia khususnya di DKI Jakarta yang menyebabkan terjadinya penurunan penumpang PT. MRT Jakarta yang sangat signifikan. Penyebabnya adalah adanya peraturan dari pemerintah untuk memberlakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), sehingga para penumpang yang mayoritas para pekerja dan pelajar melakukan belajar maupun bekerja dari rumah mereka masing-masing atau yang disebut *work from home* atau *school from home*.

Peneliti berharap dengan penelitian ini yang berlangsung pada masa pandemi Covid-19, petugas Stasiun MRT Lebak Bulus Grab dapat melakukan peningkatan kualitas pelayanan kepada para penumpang. Dengan diterapkannya kualitas pelayanan dan protokol kesehatan yang baik diharapkan penumpang dapat menjadikan MRT Jakarta dalam berkegiatan sehari-hari sebagai moda transportasi utama dan juga menjadikan harapan penumpang yang telah membeli tiket MRT yang lebih tinggi dari moda transportasi lainnya sesuai dengan harapan mereka ketika menaiki MRT sehingga tidak akan timbulkan ketidakpuasan para penumpang dan kekhawatiran dalam terpapar Covid-19 di stasiun. Adapun judul yang akan diambil oleh peneliti berdasarkan uraian diatas yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Transportasi Publik di Dki Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Stasiun MRT Lebak Bulus Grab”**

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:3) adalah cara penyaluran produk atau jasa dalam pemenuhan semua kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat menyeimbangkan kebutuhan para pelanggan. Harapan pelanggan adalah penumpang mempunyai keyakinan terhadap produk atau jasa yang ingin dibeli atau digunakan sehingga sebelum mencoba atau membelinya pelanggan dapat menimbang kualitasnya terlebih dahulu.

Lupiyodi dalam Indrasari (2019:62) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah mengukur berapa jauh adanya perbedaan antara harapan dan kenyataan atas produk atau jasa yang telah diterima para pelanggan. Sedangkan menurut Nasution (2004:114) “Kualitas pelayanan adalah derajat keunggulan yang diharapkan dan penanganannya dari derajat keunggulan dalam pemenuhan harapan dari pelanggan”

Menurut Laksana (2019:82) kualitas pelayanan adalah pernyataan pelanggan bahwa produk atau jasa yang diterima sangat berkualitas atau *quality surprise* jika kenyataan yang diterima lebih besar dari harapan pelanggan kemudian menyatakan bahwa telah merasa puas dan begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kewajiban yang harus dimiliki oleh perusahaan yaitu PT. MRT Jakarta dalam memberikan pelayanan yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dari penumpang. Kualitas layanan juga merupakan sebuah perbandingan antara harapan dan kenyataan dari para penumpang. Jika kenyataan melebihi harapan maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tinggi dan penumpang akan puas dan sebaliknya.

Kotler dan Keller (2016:442) menyatakan terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu:

- 1) Tangibles (Penampilan Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari petugas. Adapun indikatornya yaitu:
 - a) Penampilan petugas dalam melayani.
 - b) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
 - c) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
- 2) Reliability (Keandalan), yaitu suatu perusahaan mampu dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat. Adapun indikatornya yaitu:
 - a) Ketepatan petugas dalam melayani.
 - b) Ada standar pelayanan yang jelas.

- 3) Responsiveness (Daya Tanggap), yaitu kesanggupan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dan kecepatan dalam memberikan layanan. Adapun indikatornya yaitu:
 - a) Setiap penumpang yang ingin mendapatkan pelayanan mendapatkan respon.
 - b) Petugas/aparat akan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan hati-hati.
- 4) Assurance (Jaminan), yaitu pemahaman, kesopanan dan kemampuan dari setiap petugas dalam menyampaikan rasa percaya dan percaya diri. Adapun indikatornya yaitu:
 - a) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
 - b) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
- 5) Empathy (Empati), yaitu petugas dapat memberikan perhatian yang istimewa kepada pelanggan. Adapun indikatornya yaitu:
 - a) Pelayanan dengan sikap ramah, sopan, dan tidak diskriminatif.
 - b) Layanan yang menghargai setiap penumpang.

Harga Tiket

Kotler & Armstrong (2008:345) menyatakan harga adalah sejumlah uang dibebankan kepada pelanggan ketika menginginkan suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang dikeluarkan penumpang atas manfaat yang diterima setelah memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Tjiptono (2008:151) menyatakan harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang dapat memberikan pendapatan organisasi atau perusahaan.

Suparyanto dan Rosad (2015:141) menyatakan jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan dalam memperoleh produk atau jasa disebut harga. Manap (2016:289) menyatakan harga merupakan suatu barang yang memiliki nilai dan dinyatakan dengan uang.

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga tiket adalah sejumlah uang atau nilai tukar suatu barang atau jasa yang ditentukan menurut tingkat kemampuan barang atau jasa tersebut memberikan manfaat bagi para pembeli.

Terdapat empat dimensi menurut Kotler dan Armstrong yang (2016:78) mencirikan harga, sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga yaitu dimensi dimana perusahaan atau organisasi dalam menetapkan harga disesuaikan dengan daya beli pelanggan.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu dimensi dimana perusahaan atau organisasi menetapkan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang diterima pelanggan.
- 3) Daya saing harga yaitu dimensi dimana perusahaan atau organisasi menetapkan harga yang berbeda dan saling bersaing dengan harga produk atau jasa yang sama.

Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu dimensi dimana perusahaan atau organisasi menetapkan harga yang disesuaikan dengan manfaat yang diterima pelanggan dari produk atau jasa yang mereka beli.

Kepuasan Penumpang

Kepuasan penumpang menurut Umar (2005:65) adalah tanggapan penumpang setelah melihat dan merasakan secara langsung produk atau jasa yang diinginkannya. Philip Kotler dan Kevin lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran (2007:177) menyatakan kepuasan penumpang merupakan perasaan senang atau tidak puas yang tumbuh karena individu atau penumpang telah menggunakan produk atau jasa yang diinginkan kemudian perasaan tersebut dibandingkan dengan nilai yang telah diharapkan sebelumnya.

Kotler dan Armstrong (2014 : 35) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah melakukan perbandingan atas hasil suatu produk atau jasa dengan harapan mereka. Apabila hasil diluar harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas dan begitu juga sebaliknya.

Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) menyatakan kepuasan pelanggan adalah pelanggan memberikan penilaian secara emosional setelah mereka menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan mereka yang telah menggunakannya terpenuhi. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2015 : 146) kepuasan konsumen adalah munculnya suatu perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan harapan mereka terhadap hasil produk atau jasa yang diterima.

Dilihat dari definisi yang dikemukakan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan penumpang merupakan kecenderungan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki individu atau seseorang tergantung pada perbandingan antara kebenaran yang didapat dan harapan dari para penumpang. Jika pelayanan yang didapat penumpang sesuai dengan yang diharapkan, maka penumpang akan merasa puas, begitu juga sebaliknya.

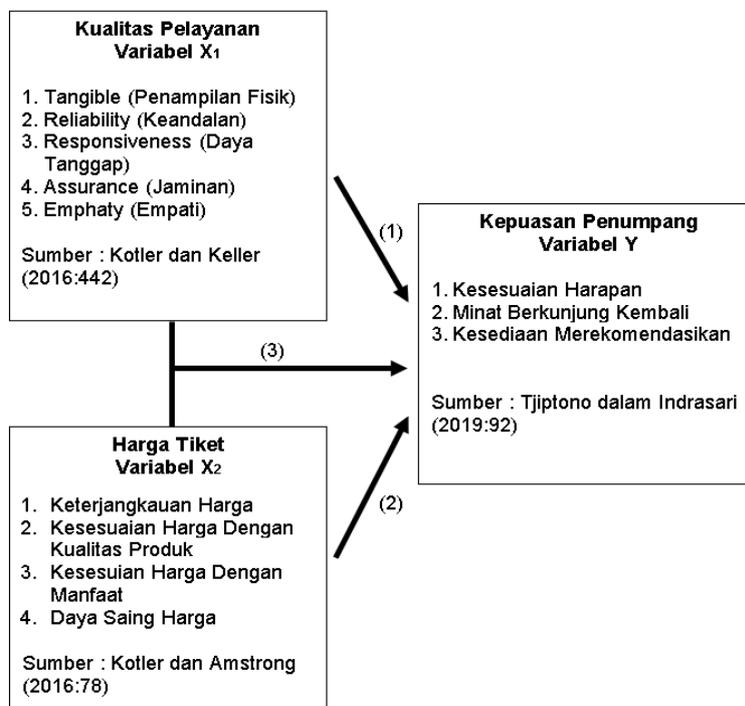
Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92), dimensi atau ukuran dari kepuasan penumpang terdiri dari:

- 1) Kesesuaian Harapan yaitu kesesuaian antara produk atau pelayanan yang diharapkan penumpang dengan

- yang secara langsung dirasakan penumpang, sebagai berikut:
- a) Produk yang diperoleh sudah sesuai atau sudah melebihi yang diharapkan.
 - b) Pelayanan yang diberikan oleh petugas sesuai atau melebihi apa yang diharapkan.
 - c) Fasilitas pendukung atau penunjang yang diperoleh sesuai atau melebihi apa yang diharapkan.
- 2) Minat berkunjung kembali yaitu keinginan penumpang untuk berkunjung kembali atau membeli kembali produk atau jasa yang diinginkan, sebagai berikut:
- a) Tertarik untuk berkunjung kembali karena produk atau pelayanan yang diberikan oleh petugas memuaskan.
 - b) Tertarik berkunjung lagi karena nilai dan manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk atau pelayanan tersebut.
 - c) Tertarik untuk berkunjung kembali karena sudah memadainya fasilitas penunjang.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan yaitu keinginan penumpang untuk merekomendasikan produk atau layanan yang telah mereka rasakan baik kepada teman atau keluarga, sebagai berikut:
- a) Memberikan saran kepada teman atau kerabat untuk membeli barang-barang yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b) Memberikan saran kepada teman atau kerabat untuk membeli barang-barang yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang diberikan cukup memuaskan dan memadai.
 - c) Memberikan saran kepada teman atau kerabat untuk membeli barang yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan barang atau jasa tersebut.

Kerangka Teori

Berdasarkan uraian teori yang telah dipilih oleh peneliti, maka dapat disusun kerangka pemikiran dengan tabel, sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Teori

Hipotesis

Menurut Mardalis (2002:48) hipotesis merupakan kesimpulan atau jawaban sementara yang ditarik peneliti dalam merespon persoalan yang diajukan dalam penelitian. Adapun hipotesis yang ditarik peneliti sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab pada masa pandemi Covid-19.

H2 : Terdapat pengaruh positif harga tiket terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab pada masa pandemi Covid-19.

H3 : Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dan harga tiket secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab pada masa pandemi Covid-19

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metodologi kuantitatif dengan memanfaatkan metode survey secara langsung. Sugiyono (2015:23) menyatakan bahwa Penelitian Kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan informasi seperti angka-angka atau data kualitatif yang diberi angka. Pada model penelitian ini dipergunakan kuisioner sebagai alat untuk menghimpun data serta informasi dari responden penelitian yaitu penumpang PT. MRT Jakarta di Stasiun Lebak Bulus Grab.

Sample di dalam penelitian ini adalah para penumpang MRT di Stasiun Lebak Bulus Grab selama tujuh hari pada tanggal 01 – 07 Mei 2021 dengan jumlah 21.893. Baik untuk penumpang pria maupun wanita yang masuk dan keluar Stasiun Lebak Bulus Grab.

Jumlah responden yang ditentukan diambil dari penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Presentase

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi data masing-masing variabel penelitian dan pengaruh 2 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga tiket (X2) dengan satu variabel terikat kepuasan penumpang (Y).

1) Kualitas Pelayanan

Tabel 2 Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	660	60,0	91,2
68,1% - 84%	Baik	414	37,6	
52,1% - 68%	Kurang Baik	17	1,5	
36,1% - 52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	9	0,8	
Jumlah		1100	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui keterangan tingkat kualitas pelayanan sebagai berikut : persepsi tentang kualitas pelayanan sangat baik sebesar 60%, persepsi tentang kualitas pelayanan baik sebesar 37,6%, persepsi tentang kualitas pelayanan kurang baik sebesar 1,5%, persepsi tentang kualitas pelayanan tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang kualitas pelayanan sangat tidak baik sebesar 0,8%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang kualitas pelayanan sebesar 91,2% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 3 Distribusi Indikator Penampilan Fisik (Tangible)

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	177	59,0	90,87
68,1% - 84%	Baik	117	39,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	2	0,7	
36,1% - 52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	4	1,3	
Jumlah		300	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator penampilan fisik (tangible) sebagai berikut : persepsi tentang penampilan fisik (tangible) sangat baik sebesar 59%, persepsi tentang penampilan fisik (tangible) baik sebesar 39%, persepsi tentang penampilan fisik (tangible) kurang baik sebesar 0,7%, persepsi tentang penampilan fisik (tangible) tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang penampilan fisik (tangible) sangat tidak baik sebesar 1,3%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang penampilan

fisik (tangible) sebesar 90,87% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 4 Distribusi Indikator Keandalan (Reliability)

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	123	61,5	91,4
68,1% - 84%	Baik	70	35,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	6	3,0	
36,1% -52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	1	0,5	
Jumlah		200	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator keandalan (reliability) sebagai berikut : persepsi tentang keandalan (reliability) sangat baik sebesar 60%, persepsi tentang keandalan (reliability) baik sebesar 37,6%, persepsi tentang keandalan (reliability) kurang baik sebesar 1,5%, persepsi tentang keandalan (reliability) tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang keandalan (reliability) sangat tidak baik sebesar 0,8%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang keandalan (reliability) sebesar 91,2% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 5 Distribusi Indikator Daya Tanggap (Responsiveness)

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	124	62,0	91,4
68,1% - 84%	Baik	70	35,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	4	2,0	
36,1% -52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	2	1,0	
Jumlah		200	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator daya tanggap (responsiveness) sebagai berikut : persepsi tentang daya tanggap (responsiveness) sangat baik sebesar 62%, persepsi tentang daya tanggap (responsiveness) baik sebesar 35%, persepsi tentang daya tanggap (responsiveness) kurang baik sebesar 2%, persepsi tentang daya tanggap (responsiveness) tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang daya tanggap (responsiveness) sangat tidak baik sebesar 1%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang daya tanggap (responsiveness) sebesar 91,4% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 6 Distribusi Indikator Jaminan (Assurance)

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	111	55,5	90,2
68,1% - 84%	Baik	84	42,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	3	1,5	
36,1% -52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	2	1,0	
Jumlah		200	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator jaminan (assurance) sebagai berikut : persepsi tentang jaminan (assurance) sangat baik sebesar 55,5%, persepsi tentang jaminan (assurance) baik sebesar 42%, persepsi tentang jaminan (assurance) kurang baik sebesar 1,5%, persepsi tentang jaminan (assurance) tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang jaminan (assurance) sangat tidak baik sebesar 1%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang jaminan (assurance) sebesar 90,2% dan termasuk dalam kriteria

sangat baik.

Tabel 7 Distribusi Indikator Empati (Emphaty)

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	125	62,5	92,3
68,1% - 84%	Baik	73	36,5	
52,1% - 68%	Kurang Baik	2	1,0	
36,1% - 52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		200	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 7 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator empati (emphaty) sebagai berikut : persepsi tentang empati (emphaty) sangat baik sebesar 62,5%, persepsi tentang empati (emphaty) baik sebesar 36,5%, persepsi tentang empati (emphaty) kurang baik sebesar 1%, persepsi tentang empati (emphaty) tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang empati (emphaty) sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang empati (emphaty) sebesar 92,3% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

2) Harga Tiket

Tabel 8 Distribusi Variabel Harga Tiket

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	128	42,7	87
68,1% - 84%	Baik	152	50,7	
52,1% - 68%	Kurang Baik	17	5,7	
36,1% - 52 %	Tidak Baik	3	1,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		300	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat diketahui keterangan tingkat harga tiket sebagai berikut : persepsi tentang harga tiket sangat baik sebesar 42,7%, persepsi tentang harga tiket baik sebesar 50,7%, persepsi tentang harga tiket kurang baik sebesar 5,7%, persepsi tentang harga tiket tidak baik sebesar 1%, persepsi tentang harga tiket sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang harga tiket sebesar 87% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 9 Distribusi Indikator Keterjangkauan Harga

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	40	40	86
68,1% - 84%	Baik	50	50	
52,1% - 68%	Kurang Baik	10	10	
36,1% - 52 %	Tidak Baik	0	0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0	
Jumlah		100	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator keterjangkauan harga sebagai berikut : persepsi tentang keterjangkauan harga sangat baik sebesar 40%, persepsi tentang keterjangkauan harga baik sebesar 50%, persepsi tentang keterjangkauan harga kurang baik sebesar 10%, persepsi tentang keterjangkauan harga tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang keterjangkauan harga sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang keterjangkauan harga sebesar 86% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 10 Distribusi Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Dengan Manfaat

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	54	54,0	90,6
68,1% - 84%	Baik	45	45,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	1	1,0	
36,1% -52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		100	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 10 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat sebagai berikut : persepsi tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat sangat baik sebesar 54%, persepsi tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat baik sebesar 45%, persepsi tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat kurang baik sebesar 1%, persepsi tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat tidak baik sebesar 0%, persepsi tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang indikator kesesuaian harga dengan kualitas dengan manfaat sebesar 90,6% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 11 Distribusi Indikator Daya Saing Harga

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	34	34,0	84,4
68,1% - 84%	Baik	57	57,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	6	6,0	
36,1% -52 %	Tidak Baik	3	3,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		100	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 11 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator daya saing harga sebagai berikut : persepsi tentang daya saing harga sangat baik sebesar 34%, persepsi tentang daya saing harga baik sebesar 57%, persepsi tentang daya saing harga kurang baik sebesar 6%, persepsi tentang daya saing harga tidak baik sebesar 3%, persepsi tentang daya saing harga sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang daya saing harga sebesar 84,4% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

3) Kepuasan Penumpang

Tabel 12 Distribusi Variabel Kepuasan Penumpang

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	457	50,8	89,7
68,1% - 84%	Baik	425	47,2	
52,1% - 68%	Kurang Baik	15	1,7	
36,1% -52 %	Tidak Baik	2	0,2	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	1	0,1	
Jumlah		900	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 12 di atas dapat diketahui keterangan tingkat kepuasan penumpang sebagai berikut : persepsi tentang kepuasan penumpang sangat baik sebesar 50,8%, persepsi tentang kepuasan penumpang baik

sebesar 47,2%, persepsi tentang kepuasan penumpang kurang baik sebesar 1,7%, persepsi tentang kepuasan penumpang tidak baik sebesar 0,2%, persepsi tentang kepuasan penumpang sangat tidak baik sebesar 0,1%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang kepuasan penumpang sebesar 89,7% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 13 Distribusi Indikator Kesesuaian Harapan

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	134	44,7	88,3
68,1% - 84%	Baik	157	52,3	
52,1% - 68%	Kurang Baik	8	2,7	
36,1% -52 %	Tidak Baik	1	0,3	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		300	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 13 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator kesesuaian harapan sebagai berikut : persepsi tentang kesesuaian harapan sangat baik sebesar 44,7%, persepsi tentang kesesuaian harapan baik sebesar 52,3%, persepsi tentang kesesuaian harapan kurang baik sebesar 2,7%, persepsi tentang kesesuaian harapan tidak baik sebesar 0,3%, persepsi tentang kesesuaian harapan sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang kesesuaian harapan sebesar 88,3% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 14 Distribusi Indikator Minat Berkunjung Kembali

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	160	53,3	90,4
68,1% - 84%	Baik	136	45,3	
52,1% - 68%	Kurang Baik	4	1,3	
36,1% -52 %	Tidak Baik	0	0,0	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	0	0,0	
Jumlah		300	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 14 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator minat berkunjung kembali sebagai berikut : persepsi tentang kualitas pelayanan sangat baik sebesar 53,3%, persepsi tentang kualitas pelayanan baik sebesar 45,3%, persepsi tentang kualitas pelayanan kurang baik sebesar 1,3%, persepsi tentang kualitas pelayanan tidak baik sebesar 0% persepsi tentang kualitas pelayanan sangat tidak baik sebesar 0%. Secara rata-rata persentasi persepsi responden tentang kualitas pelayanan sebesar 90,4% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Tabel 15 Distribusi Indikator Kesiediaan Merekomendasikan

Interval Persen	Kriteria	Frekuensi	Persentasi %	Persentase Rata-Rata %
84,1% - 100%	Sangat Baik	163	54,3	90,3
68,1% - 84%	Baik	132	44,0	
52,1% - 68%	Kurang Baik	3	1,0	
36,1% -52 %	Tidak Baik	1	0,3	
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	1	0,3	
Jumlah		300	100	

Sumber : Analisa Data

Berdasarkan Tabel 15 di atas dapat diketahui keterangan tingkat indikator kesiediaan merekomendasikan sebagai berikut : persepsi tentang kesiediaan merekomendasikan sangat baik sebesar 54,3%, persepsi tentang kesiediaan merekomendasikan baik sebesar 44%, persepsi tentang kesiediaan merekomendasikan kurang baik sebesar 1,0%, persepsi tentang kesiediaan merekomendasikan tidak baik sebesar 0,3%, persepsi tentang kesiediaan merekomendasikan sangat tidak baik sebesar 0,3%. Secara rata-rata

persentasi persepsi responden tentang kesediaan merekomendasikan sebesar 90,3% dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Kevalidan suatu instrumen menyiratkan bahwa instrumen yang digunakan peneliti dalam mendapatkan data dan informasi dinyatakan valid. Dalam penelitian ini akan digunakan nilai r tabel dengan nilai r hitung. Taraf signifikan yang akan digunakan peneliti yaitu 5% dan nilai tabel yang diperoleh dari n-2, dimana n adalah sebesar $100 - 2 = 98$ yaitu 0.1966. Hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel 4.16, sebagai berikut ini:

Tabel 16 Hasil Pengujian Validitas

Hasil Pengujian Validitas				
Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Valid/Tidak
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0.542	0.1966	Valid
	2	0.564	0.1966	Valid
	3	0.719	0.1966	Valid
	4	0.777	0.1966	Valid
	5	0.660	0.1966	Valid
	6	0.720	0.1966	Valid
	7	0.740	0.1966	Valid
	8	0.700	0.1966	Valid
	9	0.704	0.1966	Valid
	10	0.703	0.1966	Valid
	11	0.751	0.1966	Valid
Harga Tiket (X2)	12	0.626	0.1966	Valid
	13	0.692	0.1966	Valid
	14	0.528	0.1966	Valid
Kepuasan Penumpang (Y)	15	0.652	0.1966	Valid
	16	0.808	0.1966	Valid
	17	0.766	0.1966	Valid
	18	0.631	0.1966	Valid
	19	0.749	0.1966	Valid
	20	0.775	0.1966	Valid
	21	0.744	0.1966	Valid
	22	0.691	0.1966	Valid
	23	0.655	0.1966	Valid

Sumber : SPSS

Berdasar atas analisa yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (X1), harga tiket (X2) dan kepuasan penumpang (Y) pada Stasiun Lebak Bulus Grab dinyatakan “**valid**”.

2) Uji Reliabilitas

Jika pengukuran sudah valid maka dapat dilakukan pengukuran reliabilitas yang mana dalam pengukuran ini dapat dilihat konsistensi dari alat ukur pada gejala atau indikasi yang serupa dengan kejadian yang berbeda. Pada penelitian ini digunakan standart Cronbach Alpha (α) > 0.60. Berikut ini adalah nilai Cronbach Alpha yang dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17 Nilai Cronbach Alpha

Nilai Cronbach Alpha	Kualifikasi Nilai
0.81 – 1.00	Sangat Reliable
0.61 – 0.80	Reliable
0.41 – 0.60	Cukup Reliable
0.21 – 0.40	Kurang Reliable
0.00 – 0.20	Tidak Reliable

Sumber : Sugiyono (2017)

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian, dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini.

Tabel 18 Hasil Pengujian Reliabilitas

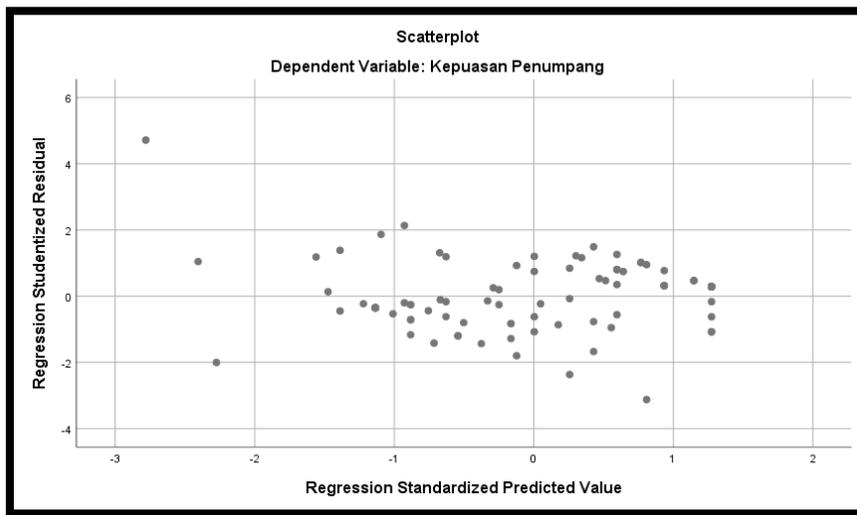
Hasil Pengujian Reliabilitas			
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	Tetapan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.911	0.60	Sangat Reliable
Harga Tiket (X2)	0.725	0.60	Reliable
Kepuasan Penumpang (Y)	0.916	0.60	Sangat Reliable

Sumber : SPSS

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan uji Heteroskedastitas merupakan suatu kondisi yang mana varian kesalahan pengganggu tidak terjadi konsistensi pada keseluruhan variabel bebas. Pada penelitian ini dilakukan pengujian untuk menguji regresi perbedaan varian serta residual suatu pengamatan atau persepsi lain, untuk membedakannya perlu diperhatikan titik fokus yang sebesar pada dibawah angka 0 dan sumbu Y pada Grafik Scatterplot.



Sumber : SPSS

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa data residual yang tersebar yang membentuk pola tertentu serta menyebar pada bawah dan atas angka nol pada sumbu Y sehingga **“model akan terbebas dari gejala heteroskedastisitas”**.

2) Uji Normalitas

Peneliti melakukan uji Normalitas untuk melihat apakah data terdistribusi dengan normal. Terdapat beberapa teknik yang dipergunakan penelitian dengan menggunakan kertas peluang normal, Chikuadrat, Liliefors, Kolmogorov Smirnov, dan SPSS. Berikut hasil pengujian Kolmogorof Smirnov:

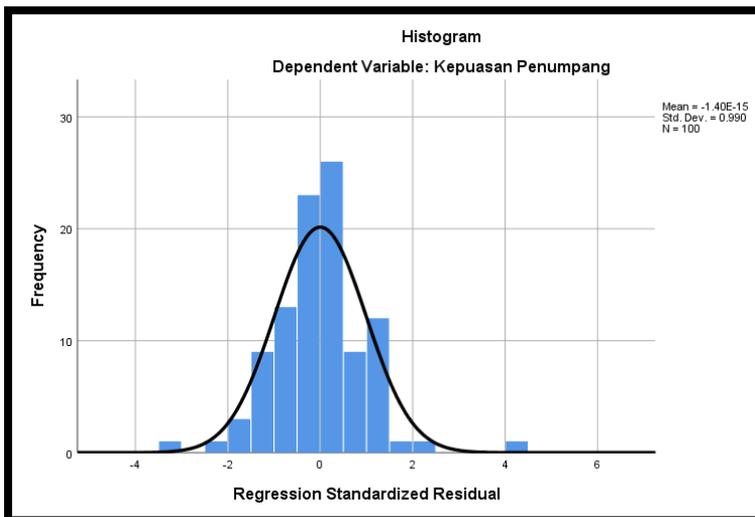
Tabel 19 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20505025
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.083
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.027 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.311
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber : SPSS

Dilihat dari tabel 19 di atas diketahui bahwa nilai Exact Sig. (2- tailed) sebesar 0,311. Dikarenakan nilai Exact Sig. (2-tailed) diketahui lebih besar di dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05 ini menyiratkan asumsi normalitas telah terpenuhi.

Cara lain yang dapat digunakan peneliti dalam pengujian normalitas yaitu dapat dilihat dari normal p-plot dan grafik histogram. Data dapat dinyatakan berdistribusi normal jika gambar diketahui terdistribusi dengan titik - titik data yang searah mengikuti garis diagonal. Data juga bisa dianggap normal jika membentuk suatu kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik sisi kiri dan kanan dan bentuk kurva hampir menyerupai suatu lonceng yang sempurna.

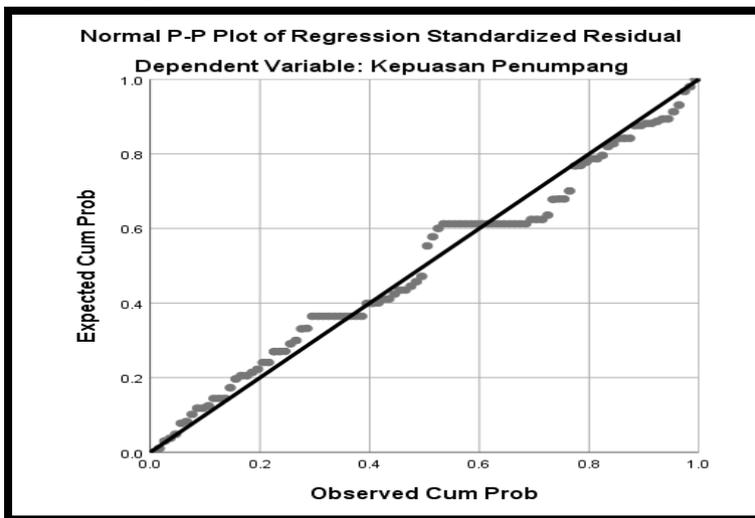


Sumber : SPSS

Gambar 3 Histogram Display Normal Curve Kepuasan Penumpang

Berdasarkan gambar 3 histogram diatas, terlihat bahwa kurva kepuasan penumpang MRT di Stasiun Lebak Bulus Grab kemiringannya seimbang dari kedua sisi dan garisnya menyerupai lonceng.

Normalitas data dapat dilihat pada disisi output kurva normal P-Plot. Data variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik - titik data terlihat searah mengikuti garis diagonal.



Sumber : SPSS

Gambar 4 Hasil Uji Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dikenal dengan memperhatikan sebaran data atau titik sumbu diagonal sehingga data berdistribusi normal dan sebaliknya sebagaimana Gambar 4 dan regresi dinyatakan sesuai dengan sumsi normalitas pada model penelitian ini memiliki distribusi “normal”.

3) Uji Multikolinieritas

Pengujian Multikolinieritas ini memiliki tujuan untuk melihat adanya korelasi yang signifikan pada variabel bebas. Pada penelitian ini digunakan bantuan aplikasi SPSS melalui tabel Coefficient dengan kolom Tolerance dan VIF. Tolerance digunakan sebagai variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan variabel lain dinyatakan tidak ada korelasi jika nilainya >10 dan sebaliknya. Atau dapat melihat adanya R2 pada suatu model.

Tabel 20 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.397	2.433		2.629	.010		
	Kualitas Pelayanan	.399	.055	.509	7.247	.000	.685	1.459
	Harga Tiket	1.069	.180	.417	5.927	.000	.685	1.459

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber : SPSS

Dilihat dari tabel 20 diketahui bahwa seluruh variabel dengan nilai tolerance >0,1 dan nilai VIF <10, artinya “**tidak terjadi multikolinieritas**”.

Uji Hipotesis

1) Uji Determinan (R2)

Koefisien Determinan atau R2 bertujuan untuk menentukan besaran kapasitas suatu variabel independen yakni kualitas layanan serta harga tiket dalam menjalankan dependen yakni kepuasan penumpang. Sehingga untuk melihat presentase terkait terdapat pada variabel berikut.

Tabel 21 Hasil Uji R2 Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Penumpang (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.548	2.58663

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : SPSS

Pada tabel 21 diperoleh nilai koefisien determinasi (R2) adalah 0,552 atau 55,2%. Artinya Kualitas Pelayanan (X1) dapat memperjelas dan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Y) sebesar “**55,2%**”, sementara sisanya “**44,8%**” dijelaskan variabel lain di luar penelitian.

Tabel 22 Hasil Uji R2 Antara Variabel Harga Tiket (X2) Terhadap Kepuasan Penumpang (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.488	2.75155

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket

Sumber : SPSS

Pada tabel 22 diperoleh nilai koefisien determinasi (R2) adalah 0,493 atau 49,3%. Artinya Harga Tiket (X2) dapat memperjelas dan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Y) sebesar “**49,3%**”, sementara sisanya “**50,7%**” dijelaskan variabel lain di luar penelitian.

Tabel 4.23 Hasil Uji R2 Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga Tiket (X2) Terhadap Kepuasan Penumpang (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.665	2.22767

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket , Kualitas Pelayanan

Sumber : SPSS

Pada tabel 23 diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,671 atau 67,1%. Artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga Tiket (X2) dapat memperjelas dan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Y) sebesar “67.1%”, sementara sisanya “32,9%” dijelaskan variabel lain di luar penelitian.

2) Uji Parsial (Uji T)

Dilakukan uji T dengan tujuan untuk melihat makna yang cukup signifikan pada pengaruh individu dari variabel bebas pada suatu model terhadap variabel terikat. Tujuan pengujian ini yakni untuk melihat pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Jika signifikansi <0,05 atau t-hitung>-t-tabel maka dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dan sebaliknya.

$$t \text{ tabel} = t(a/2 ; n-k-1)$$

$$a = 5\% = t(0.05/2 ; 100-2-1)$$

$$= 0,025 ; 97$$

$$= 1.985$$

Tabel 24 Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.397	2.433		2.629	.010
	Kualitas Pelayanan	.399	.055	.509	7.247	.000
	Harga Tiket	1.069	.180	.417	5.927	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber : SPSS

Adapun penjelasan hasil uji t pada tabel 24 untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

a) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan penumpang (Y) diperoleh sig sebesar 0,00 < 0.05, dan nilai t hitung 7.247 > 1.985. artinya H1 “**diterima**”, terdapat pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan secara positif dan signifikan.

b) Harga Tiket

Mengingat nilai Sig. untuk pengaruh harga tiket (X2) terhadap kepuasan penumpang (Y) yakni 0,00 < 0.05 dengan nilai t-hitung 5,927 > 1.985. artinya H2 “**diterima**”, sehingga harga tiket berpengaruh pada kepuasan penumpang secara positif dan signifikan.

3) Uji simultan (Uji F)

Uji F mempunyai tujuan agar melihat dampak dari seluruh variabel antara lain pengaruh kualitas layanan serta harga tiket bersamaan pada kepuasan penumpang di Stasiun Lebak Bulus Grab pada masa pandemi Covid-19. Jika Signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel, artinya terdapat pengaruh simultan dan sebaliknya.. F tabel = (k ; n - k) = (2 ; 97) = 3.09

Tabel 25 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	983.388	2	491.694	99.082	.000 ^b
	Residual	481.362	97	4.962		
	Total	1464.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

b. Predictors: (Constant), Harga Tiket, Kualitas Pelayanan

Sumber : SPSS

Dilihat dari tabel 25 diatas, kualitas pelayanan (X1) dan harga tiket (X2) secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang (Y) dengan sig 0,00 < 0,05 dan nilai F hitung 99.082 > 3.09. artinya H3 “**diterima**”, sehingga dinyatakan kedua variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Adapun hasil dari pengujian regresi berganda yang ditampilkan dalam Tabel 4.11, sedangkan persamaanya dapat dipaparkan berikut:

$$Y = 6,397 + 0,399 X1 + 1,069 X2 + e$$

Untuk nilai koefisien regresi linear berganda dapat dilihat dalam Tabel 26 sebagai berikut :

Tabel 26 Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.397	2.433		2.629	.010
	Kualitas Pelayanan	.399	.055	.509	7.247	.000
	Harga Tiket	1.069	.180	.417	5.927	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber : SPSS

Berikut interpretasi model persamaan regresi yang telah diolah adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai a sebesar 6,397, artinya variabel kepuasan penumpang (Y) belum dipengaruhi variabel lainnya yaitu dalam hal ini variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga tiket (X2). Jika variabel independen tidak ada, maka dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan penumpang tidak mengalami perubahan.
- 2) Diperoleh koefisien regresi 0,399. Artinya terdapat pengaruh dari kualitas layanan pada kepuasan penumpang sehingga jika kualitas layanan meningkat maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,399. Koefisien regresi dari harga tiket (X2) adalah sebesar 1,069. Hal ini artinya harga tiket (X2) berpengaruh positif pada kepuasan penumpang (Y), artinya jika harga tiket (X2) meningkat sebanyak 1 maka kepuasan penumpang akan meningkat sebesar 1,069.

KESIMPULAN

Mengingat dari hasil analisa data yang telah dilakukan peneliti pada semua data yang telah diperoleh, berikut adalah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti yaitu :

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan penumpang secara positif dan signifikan dengan nilai $0,00 < 0,05$, nilai t hitung $7,247 > t$ tabel 1,985 dan koefisien regresi sebesar 0,399. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,552 atau 55,2%, artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat berpengaruh pada variabel Kepuasan Penumpang (Y) sebesar 55,2%, sementara 44,8% didukung variabel lain di luar penelitian.
- 2) Harga tiket berpengaruh pada kepuasan penumpang secara positif dan signifikan, terlihat dari nilai sig $0,00 < 0,05$, nilai t hitung $5,927 > t$ tabel 1,985 dan koefisien regresi sebesar 1,069. Koefisien determinasi (R²) adalah 0,493 atau 49,3%. Artinya variabel Harga Tiket (X2) dapat berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Y) sebesar 49,3%, sementara sisanya 50,7% didukung variabel lain di luar penelitian.
- 3) Kualitas pelayanan dan harga tiket secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang secara positif dan signifikan dengan perolehan hasil $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung $99,082 > 3,09$. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,671 atau 67,1% artinya kedua variabel independen dapat berpengaruh pada variabel dependen sebesar 67,1%, sementara 32,9% didukung variabel lain di luar penelitian.

SARAN

Adapun peneliti memberikan saran penelitian berikut ini:

- 1) Kualitas pelayanan di Stasiun Lebak Bulus Grab di masa pandemi Covid-19 mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang sehingga perlunya menjadi perhatian penuh agar dapat mengurangi keluhan, mempertahankan penumpang, dapat menjadikan MRT sebagai moda transportasi utama dan menjadikan Stasiun Lebak Bulus Grab sebagai titik awal penumpang MRT bepergian. Dari hasil penelitian adapun yang perlu ditingkatkan pada dimensi penampilan fisik (tangible) yaitu penampilan petugas, penggunaan alat bantu dalam pelayanan. Pada dimensi keandalan (reliability) yaitu standar pelayanan yang jelas, pada dimensi daya tanggap (responsiveness) yaitu respon dari petugas dan pemberian pelayanan yang cepat, tepat serta hati-hati. Pada dimensi jaminan (assurance) yaitu jaminan tepat waktu.
- 2) Harga tiket mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Harga tiket menjadi kendala bagi penumpang MRT yang dibuktikan dari hasil penelitian didapatkan pada dimensi daya saing harga yaitu harga tiket MRT masih lebih tinggi dibandingkan transportasi lainnya di DKI Jakarta. Disarankan agar selalu memonitoring dan mengevaluasi terhadap harga tiket MRT agar dapat dijangkau oleh semua kalangan penumpang transportasi publik di DKI Jakarta khususnya pada masa pandemi Covid-19.
- 3) Kualitas pelayanan dan harga tiket mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

penumpang yang dibuktikan dengan masih adanya dimensi yang mendapatkan penilaian sangat tidak baik dari para penumpang. Diharapkan peningkatan dan perbaikan dalam dimensi yang masih dinilai sangat tidak baik agar pemenuhan harapan penumpang terpenuhi sehingga terciptanya kepuasan penumpang dalam menggunakan layanan PT. MRT Jakarta, dengan adanya penilaian penumpang yang tidak baik berpengaruh kepada variabel kepuasan penumpang yaitu pada dimensi kesesuaian harapan yaitu tiket MRT yang dibeli belum sesuai atau melampaui yang diharapkan dan dimensi kesediaan merekomendasikan yaitu memberikan saran kepada teman atau kerabat untuk membeli tiket MRT yang ditawarkan karena manfaat dari tiket yang sudah digunakan mendapatkan nilai tidak baik dan sangat tidak baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1]. Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- [2]. Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- [3]. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- [4]. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Beas, Jilid 1, Dialihbahasakan Oleh Benjamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks.
- [5]. Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [6]. Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- [7]. Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- [8]. Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- [9]. Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- [10]. Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [11]. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- [12]. Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : In Media.
- [13]. Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [14]. Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [15]. Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [16]. Umar, Husein. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- [17]. Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal Dan Skripsi

- [18]. Andreawan, Brian Desky. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pangkas Rambut Andika Di Kota Kediri. *Simki-Economic* Vol. 02 No. 02 Issn : 2599-0748.
- [19]. Firdausy, Carunia Mulya Dan Rani Idawati . 2017. Effects Of Service Quality, Price And Promotion On Customers' Purchase Decision Of Traveloka Online Airline Tickets In Jakarta, Indonesia. *Volume 3, Issue 2, Pages 42-49*
- [20]. Ilhamsyah Dan Agus Mulyani. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Indomaret Bagus Kuning Plaju. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 14, No.4.
- [21]. Mustofa. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Obyek Wisata Taman Lele Di Semarang.
- [22]. Rabiah. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, Volume 8, Nomor 1.
- [23]. Uran, Sirilus P G Ola Uran dan Tony Sugiarso. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cv. Muslim Parabola Cileungsi Bogor*, *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* Vol. 10, No. 2