

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA TRANSPORTASI UMUM TRANSJAKARTA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

Ika Puji Saputri¹, Vely Randyantini², Bagus Nurcahyo³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nusantara

Email: ika.puji.saputri@undira.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi Transjakarta di wilayah Jabodetabek yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Transjakarta selama masa pandemic COVID-19. Selain itu, nilai tiap indikator pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Transjakarta selama masa pandemic COVID-19.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai, Kepuasan Pelanggan, Transjakarta, Pandemi.

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and the value of each service quality indicator on the satisfaction of Transjakarta public transportation users during the Covid-19 pandemic. This study uses multiple linear regression analysis. The population in this study are users of Transjakarta transportation services in the Jabodetabek area whose numbers are not known with certainty. The sample in the study was 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling. The results showed that the quality of service had a positive and significant effect on the satisfaction of Transjakarta users during the COVID-19 pandemic. In addition, the value of each service indicator also has a positive and significant impact on the satisfaction of Transjakarta users during the COVID-19 pandemic.

Keywords: Service Quality, Value, Customer Satisfaction, Transjakarta, Pandemic.

A. PENDAHULUAN

Angkutan publik merupakan bagian dari sistem angkutan massal bagi masyarakat khususnya di DKI Jakarta, bahwa kenyamanan para pengguna layanan angkutan umum pada realitasnya masih buruk. Ketidaknyamanan layanan angkutan umum jalan raya di DKI Jakarta dapat diperhatikan dari beberapa hal diantaranya adalah banyaknya tindak kejahatan yang terjadi di dalam bus umum, banyaknya pengamen, kondisi kendaraan yang tidak layak jalan, jumlah penumpang yang melebihi batas optimal kendaraan, perilaku pengemudi yang kurang etis dalam menjalankan tugasnya, kendaraan umum yang mengangkut dan menurunkan penumpang di tempat sembarangan dan lain sebagainya.

Kenyamanan jasa pelayanan angkutan umum di wilayah DKI Jakarta harus dijadikan sebagai prioritas utama dalam pembangunan, karena merupakan faktor yang sangat penting

(urgent) untuk meningkatkan produktivitas serta mobilita sumberdaya manusia dalam segala aktivitas yang dilakukan agar lebih efektif dan efisien.

Pada era globalisasi yang penuh tantangan membuat pemerintah dapat lebih berupaya dalam memberikan pelayanan publik yang baik dan berkualitas serta berorientasi pada kebutuhan pengguna. Hal tersebut dapat memajukan daya saing pada pemberian pelayanan salah satunya dibidang jasa. Pelayanan jasa adalah salah satu jenis pelayanan publik yang pada dasarnya tidak berwujud atau tidak dapat dilihat, tetapi dapat dirasakan manfaatnya oleh pengguna.

Salah satu layanan yang paling banyak digunakan saat ini adalah sektor transportasi. Transportasi merupakan komponen kunci dari sistem kehidupan dan mata pencaharian, sistem pemerintahan dan sistem sosial (Aminah, 2018: 142). Keberadaan sarana transportasi diperlukan oleh pemerintah daerah untuk menjamin terselenggaranya mobilitas atau angkutan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain.

DKI Jakarta menjadi pusat ibukota dan pusat segala aktivitas kehidupan, oleh karena itu membutuhkan transportasi untuk menunjang aktivitas perekonomiannya. Transportasi penting keberadaannya karena salah satu tolak ukur dari pertahanan ekonomi dalam suatu wilayah (Hikmah & Cahyoko, 2012, hal. 140). Ramainya lalu lintas, banyaknya penduduk, dan banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat DKI Jakarta dapat menciptakan kemacetan yang cukup panjang.

Berdasarkan *TomTom Traffic Index* (2021), DKI Jakarta menduduki posisi ke-46 kota termacet di dunia dengan tingkat kemacetan 34%. Hal ini menunjukkan bahwa DKI Jakarta dapat dikatakan terlepas dari stigma kota termacet di dunia serta menunjukkan perbaikan kemacetan pada tahun 2021.

Hal ini tidak menutup kemungkinan berlanjutnya kemacetan lalu lintas di wilayah DKI Jakarta. Oleh karena itu, diperlukan solusi untuk mengatasi kemacetan. Salah satunya adalah menciptakan sistem transportasi publik yang handal untuk memenuhi kebutuhan dan mobilitas masyarakat. Menurut Prabantari (2020), salah satu angkutan umum tersebut adalah Transjakarta, yang sering disebut Transjakarta atau Busway, karena harganya yang terjangkau dan kemudahan kemacetan bagi masyarakat di Jakarta, yang diklaim sebagai angkutan umum Jakarta yang menawarkan tujuan ke perjalanan di DKI Jakarta.

Dengan adanya kondisi pandemi sejak awal tahun 2020 jumlah penumpang Transjakarta mengalami penurunan dikarenakan pembatasan kegiatan masyarakat. Jumlah dan Pertumbuhan Penumpang Bus Transjakarta Menurut Koridor/Rute, 2019-2020 akibat adanya pandemi dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 1. Jumlah dan Pertumbuhan Penumpang Bus Transjakarta Menurut Koridor/Rute, 2019 - 2020

Koridor	Rute	Penumpang (Orang)		Pertumbuhan (%)
		2019	2020	
1	2	3	4	5
Koridor 1	Blok M-Kota	28,710,519	13,114,712	-54.3%
Koridor 2	Pulogadung 1-Harmoni	9,569,953	4,788,613	-50.0%
Koridor 3	Kalideres-Kali Baru	12,809,507	6,685,591	-47.8%
Koridor 4	Pulogadung 2-Dukuh Atas	9,221,017	4,103,583	-55.5%
Koridor 5	Kampung Melayu-Ancol	12,329,691	5,959,530	-51.7%
Koridor 6	Ragunan-Dukuh Atas 2	12,051,594	5,526,020	-54.2%
Koridor 7	Kampung Rambutan-Kampung Melayu	11,560,250	5,330,683	53.9%
Koridor 8	Lebak Bulus-Harmoni	12,508,960	6,288,549	-49.7%
Koridor 9	Pinang Ranti-Pluit	17,527,958	9,525,362	-45.7%
Koridor 10	PGC 2-Tanjung Priok	9,960,875	5,545,169	-44.3%
Koridor 11	Pulogebang-Kampung Melayu	3,875,869	2,040,909	-47.3%
Koridor 12	Penjaringan-Tanjung Priok	3,012,590	1,898,532	-37.0%

ARTIKEL

Koridor 13	Puribeta-Tendean	8,825,641	4,289,675	51.4%
	Lainnya/Others	112,689,288	51,748,349	-54.1%
	Jumlah	264,653,712	126,845,277	-52.1%

Sumber: PT Transjakarta

Sejak virus COVID-19 masuk ke Indonesia pada Maret 2020, DKI Jakarta menjadi salah satu kota pertama yang mendeteksi kasus positif COVID-19. Per 17 Desember 2021, jumlah kasus positif di Indonesia mencapai $\pm 4.000.000$ kasus dan di DKI Jakarta mencapai ± 800.000 kasus. Kebijakan pemerintah untuk menekan kasus positif COVID-19 saat ini adalah kebijakan Pemberlakuan Batasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 1-4. Masa pandemi saat ini telah mengubah budaya masyarakat tentang transportasi umum. Menurut survei BPS (2020), 82,5% orang selalu menghindari angkutan umum, sedangkan 4,8% jarang menggunakan angkutan umum. Sementara itu, 12,7% masyarakat aktif menggunakan angkutan umum dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Akibat pandemi COVID-19, jumlah penumpang Transjakarta mengalami penurunan akibat pembatasan aktivitas masyarakat. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia juga berdampak pada mobilisasi masyarakat, khususnya di wilayah DKI Jakarta. Namun demi kenyamanan penumpang saat menggunakan transportasi Transjakarta, setiap akomodasi (akomodasi) dilengkapi dengan beberapa fasilitas untuk digunakan penumpang. PT. Transjakarta terus berupaya meningkatkan keselamatan dan kenyamanan penumpang saat menggunakan moda transportasi ini, terutama di masa pandemi Covid saat ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi umum transjakarta selama masa pandemi Covid-19.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan sebuah kata yang bagi perusahaan penyedia jasa menjadi sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Dimana kualitas suatu produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012), Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Mengutip dari pendapat Zeithaml, Berry dan Parasuraman Menurut Nasution (2004) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan (dalam Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2011) bahwa keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.

Banyak literatur untuk mendukung konsep pengukuran tentang kualitas pelayanan, akan tetapi penulis cenderung untuk mengangkat ringkasan teori yang dilakukan Zeithaml dan Bitner menjadi dimensi pengukuran. Sementara untuk mengukur dari sisi kepuasan pelanggan, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi konsep kepuasan pelanggan yang dideskripsikan oleh Fandy Tjiptono.

Konsep Tentang Kualitas Pelayanan (Zeithaml & Bitner, 2002) kualitas pelayanan dapat diturunkan menjadi lima dimensi, yaitu: 1) Tangible, yaitu penampilan fisik dari

perusahaan seperti fasilitas, penampilan personil, dan materi komunikasi; 2) Responsiveness (ketanggapan), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas; 3) Reliability (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya; 4) Assurance (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan; dan 5) Emphaty, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. 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. Menurut Fandy Tjiptono (2014), kepuasan berasal dari bahasa Latin “Satis” yang berarti cukup baik, memadai dan “Facio” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Konsep Kepuasan Pelanggan Menurut Fandy Tjiptono (1997), metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat dengan cara: 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan; 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapannya terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan; 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan; dan 4) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

Adapun dimensi kepuasan konsumen menurut Kotler (2001) yaitu: 1) Bukti Fisik (*Tangibles*), Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan; 2) Kehandalan (*Reliability*) Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat; 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat; 4) Jaminan (*Assurance*), Pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberi pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan; dan 5) Empati (*Empathy*), Syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi konsumen.

Menurut Irawan (2009), ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu: 1) Kualitas Produk, Konsumen akan puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik; 2) Kualitas Pelayanan, Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru; 3) Harga, Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena konsumen akan mendapatkan value

for money yang tinggi. d. Emosi Konsumen akan merasa puas karena adanya emotional value yang diberikan oleh produk atau jasa tersebut; 4) Biaya, Hal ini berkaitan dengan biaya dan kemudan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa tersebut.

3. Kerangka Pemikiran dan Hubungan Antar Variabel

Beberapa studi pendahulunya antara lain:

- a. Ayu Wahyuningsih (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengaruh Kepuasan Konsumenn Pengguna Transportasi Umum Transjakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). Penelitian ini memberikan hasil yang positif, dan memiliki hasil korelasi yang kuat antar variabel. Nilai pengaruh yang dihasilkan variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi umum Transjakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Transjakarta berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yakni mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
- b. Putri Yulva Rianti (2017). “Kualitas Pelayanan Transjakarta Busway Di Dki Jakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Transjakarta Busway Di DKI Jakarta masih kurang baik, hal ini terlihat dari lima indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan Tranjakarta yaitu Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibel.
- c. Pugu Suharso (2014). “Kualitas Pelayanan Transjakarta”. Penelitian menunjukkan secara umum bahwa kualitas pelayanan masih dalam kategori sedang untuk setiap dimensi pengukuran dan kepuasan pelanggan juga masih dalam kategori sedang. Masih ada beberapa kesimpulan dan saran secara detail.
- d. Erisa Deliyani (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang MRT Jakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Hasil yang didapat dari pengolahan data SPSS, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta. Hasil ini menunjukkan bukti empiris bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan MRT akan meningkat.
- e. Renna Rachmadyaningrum (2021). “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Transjakarta Pada Masa Pandemi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa Transjakarta pada masa pandemi dapat dikatakan belum baik. Hal ini disebabkan karena ada tiga dimensi yang masih belum maksimal, yaitu dari tangible menunjukkan kurangnya ketersediaan hand sanitizer di beberapa halte dan bus, dari reliability menunjukkan belum akuratnya waktu mengenai jadwal kedatangan bus, dan dari assurance ditemukan tindakan pelecehan seksual yang dilakukan secara verbal.

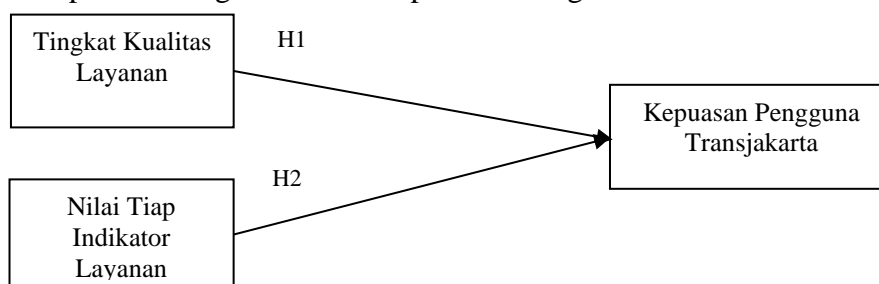
4. Hipotesis

Renna Rachmadyaningrum (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa Transjakarta pada masa pandemi dapat dikatakan belum baik. Hal ini disebabkan karena ada tiga dimensi yang masih belum maksimal, yaitu dari tangible menunjukkan kurangnya ketersediaan hand sanitizer di beberapa halte dan bus, dari reliability menunjukkan belum akuratnya waktu mengenai jadwal kedatangan bus, dan dari assurance ditemukan tindakan pelecehan seksual yang dilakukan secara verbal.

Dari uraian diatas maka dalam penelitian ini dapat diambil hipotesis: **H1:** Tingkat kualitas layanan Transjakarta berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna

Putri Yulva Rianti (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Transjakarta Busway Di DKI Jakarta masih kurang baik, hal ini terlihat dari lima indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan Transjakarta yaitu Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibel. Puguh Suharso (2014) hasil penelitian menunjukkan secara umum bahwa kualitas pelayanan masih dalam kategori sedang untuk setiap dimensi pengukuran dan kepuasan pelanggan juga masih dalam kategori sedang. Masih ada beberapa kesimpulan dan saran secara detail. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut: **H2:** Nilai tiap indikator layanan Transjakarta berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah menggambarkan pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

C. METODE

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumusan masalah asosiatif-hubungan kausal yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena hasil dari penelitian ini akan dihubungkan untuk menunjukkan adanya pengaruh antar variabel dengan analisis data statistik.

2. Definisi dan Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan dalam penelitian yang berupa suatu konsep yang mempunyai variasi nilai. Dalam penelitian ini akan diungkap variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*, variabel-variabel bebas tersebut adalah: a) Tingkat Kualitas Pelayanan (X1) sebagai variabel Independen; b) Nilai Indikator Pelayanan (X2) sebagai variabel Independen; dan c) Kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel Dependen

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi (Sekaran, 2006). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penumpang transjakarta di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Convenience Sampling*, dengan cara membagikan kuesioner kepada penumpang Transjakarta di Jabodetabek. Alasan pemilihan teknik pengambilan sampel ini adalah untuk mempermudah proses pengambilan sampel (Fikriningrum, 2012:34). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna Transjakarta di Jabodetabek yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian menggunakan rumus Moe sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui (Arikunto, 2013:49).

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

Moe = *margin of error* yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat di toleransi, ditentukan 10%.

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh angka sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 96. Namun dalam penelitian ini peneliti membulatkan menjadi 100 sehingga sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

4. Teknik Analisa Data

Tujuan dari analisis data adalah mendapatkan informasi relevan yang terkandung didalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk memecahkan masalah (Ghozali, 2013). Teknik analisis data yang digunakan adalah: 1. Uji instrumen; 2. Uji asumsi klasik dimulai dari uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskadasitas, semua asumsi tersebut harus lolos uji sehingga persamaan regresi dapat dipercaya; 3. Uji kesesuaian model yang terdiri atas koefisien determinasi dan uji simultan F; dan 4. Uji hipotesis yaitu uji t yang pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan dengan satu variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif terhadap variabel dependen.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik Pengolahan Data, metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25. Kegiatan pengolahan data ini meliputi beberapa tahapan, yaitu:

- a. *Editing* (Pengeditan) Proses ini adalah proses pengecekan dan pengoreksian data yang telah dikumpulkan dari hasil survei dilapangan agar data yang akan dianalisis menjadi akurat dan lengkap karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul meragukan dan tidak logis.
- b. *Coding* (Pemberian Kode) Proses *coding* adalah proses pemberian atau pembuatan kode pada tiap data yang tergolong dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk, atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.
- c. Tabulasi. Tabulasi adalah proses membuat tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan kode yang dibutuhkan. Dalam proses tabulasi ini juga terdapat tahap *scoring*. *Scoring* adalah suatu kegiatan berupa pemberian skor pada jawaban kuesioner. Skala yang digunakan untuk kuesioner penelitian ini yaitu skala *Likert*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Hasil pengujian validitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Indikator Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,796	0,361	Valid
P2	0,753	0,361	Valid
P3	0,804	0,361	Valid
P4	0,837	0,361	Valid
P5	0,510	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan (X2)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,652	0,361	Valid
P2	0,846	0,361	Valid
P3	0,891	0,361	Valid
P4	0,863	0,361	Valid
P5	0,853	0,361	Valid
P6	0,849	0,361	Valid
P7	0,887	0,361	Valid
P8	0,676	0,361	Valid
P9	0,866	0,361	Valid
P10	0,840	0,361	Valid
P11	0,854	0,361	Valid
P12	0,834	0,361	Valid
P13	0,805	0,361	Valid
P14	0,919	0,361	Valid
P15	0,877	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,915	0,361	Valid
P2	0,968	0,361	Valid
P3	0,945	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel uji validitas di atas dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), variabel nilai tiap indikator kualitas pelayanan (X2) dan variabel kepuasan pengguna (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), variabel indikator kualitas pelayanan (X2) dan variabel kepuasan pengguna (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable.

Dengan kata lain, realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama. Hasil pengujian reliabilitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Apha	Nilai Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,780	0,60	Reliabel
Nilai tiap Indikator Kualitas Pelayanan (X2)	0,967	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,937	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pengguna (Y) memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary leas square (OLS). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*, sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19082328
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.052
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa *Asymp sig* yang diperoleh sebesar $0,106 > 5\%$ ($0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

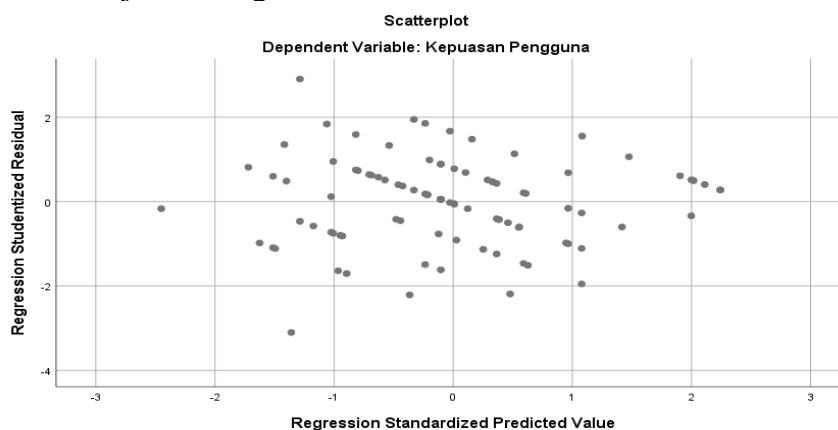
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.497	2.010
Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan	.497	2.010

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji multikolinear di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan masing-masing mempunyai nilai *tolerance* > 0.10 dan mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini tidak terdapat problem multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar *Scatterplot* diatas dapat dijelaskan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.966	1.154		.837	.404
	Kualitas Pelayanan	.153	.069	.227	2.213	.029
	Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan	.132	.026	.521	5.068	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang diperoleh pada penelitian ini, yaitu: $Y = 0,966 + 0,153X_1 + 0,132X_2$. Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 0,966 artinya jika kualitas pelayanan (X_1) dan indikator kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan atau nilainya 0, maka kepuasan pengguna (Y) nilainya adalah 0,966. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,153 dan bernilai positif artinya jika ada penambahan satu satuan pada kualitas pelayanan (X_1) maka akan diikuti kenaikan pada variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 0,153. Nilai koefisien nilai tiap indikator kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,132 dan bernilai positif artinya jika ada penambahan satu satuan pada

indikator kualitas pelayanan (X₂) maka akan diikuti kenaikan pada variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 0,132.

5. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.491	.480	1.203

a. Predictors: (Constant), Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai *r square* sebesar 0,491. Hal tersebut menjelaskan bahwa sebesar 49,1% kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh variabel independen penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari Uji-F dan Uji-t yang disajikan sebagai berikut:

a. Uji F

Uji F merupakan metode pengujian statistika yang dilakukan secara serentak dengan dua atau lebih objek sebagai pembandingan. Uji statistika f ini digunakan untuk menguji hipotesis. Tujuannya adalah untuk menentukan kecermatan dari metode yang dipakai. Hasil uji F (simultan) dalam penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.252	2	67.626	46.726	.000 ^b
	Residual	140.388	97	1.447		
	Total	275.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel diatas dapat ditunjukkan bahwa nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$ maka kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan uji koefisien determinasi dan uji F dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.966	1.154		.837	.404
	Kualitas Pelayanan	.153	.069	.227	2.213	.029
	Nilai Tiap Indikator Kualitas Pelayanan	.132	.026	.521	5.068	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 2,213 > nilai t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 < 0,05 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y). Nilai t hitung pada variabel nilai tiap indikator kualitas pelayanan sebesar 5,068 > nilai t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel indikator kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah peneliti uraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19; 2) Terdapat pengaruh yang signifikan nilai tiap indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19; 3) Terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19. Nilai *R square* sebesar 0,491 atau 49,1% yang berarti bahwa kepuasan pengguna transportasi umum Transjakarta selama masa pandemi Covid-19 dipengaruhi kualitas pelayanan dan nilai tiap indikator kualitas pelayanan sebesar 49,1%. Sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2018). Transportasi Publik dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Teknik Sipil*, 9(1), 1142-1155.
- Astar, F., Tamsah, H., & Kadir, I. (2018). Pengaruh Pelayanan Asuhan Keperawatan terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Takalala Kabupaten Soppeng. *YUME: Journal of Management*, 1(2).
- Deliyani, E., & Prambudi, B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Penumpang MRT Jakarta. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 124-131.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Information Technology*, 2(2).
- Hikmah, M., & Cahyoko, H. (2012). Manajemen Transportasi di DKI Jakarta (Suatu Tinjauan Sosiologis dan Hukum). *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 42(1), 140-159.
- Irawan, H. (10). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Philip Kotler-Principles of Marketing*.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Prabantari, B. V. K. (2020). Analisis hubungan Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. *TRANSAKSI*, 12(1), 25-39.
- Rachmadyaningrum, R., Hariani, D., & Herawati, A. R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Transjakarta pada Masa Pandemi. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(2), 1-12.
- Roellyanti, M. V., & Jannah, M. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Domestik Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 307-321.
- Setiawan, D., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 62-67.
- Suharso, P. (2014). Kualitas Pelayanan Transjakarta. *Warta Penelitian Perhubungan*, 26(6), 321-332.
- Tuti, R. W. D., Setiawan, A., Zebua, W. D. A., & Andiani, D. Analyzing Online and Conventional Transportation Policy: The Case of South Tangerang City of Indonesia.
- Wahyuningsih, A., & Wartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengaruh Kepuasan Konsumenn Pengguna Trasnportasi Umum TransJakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Epigram*, 15(1).
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.