

**PENGARUH KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN KRL COMMUTER LINE SOLO-
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah**



Oleh:

**NURUL FAJRIANTI
NIM.19.52.11.297**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU , DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN KRL COMMUTER LINE SOLO-
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

NURUL FAJRIANTI
NIM. 19.52.11.297

Sukoharjo, 08 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Wahyu Dian Silviani S.Si., M.Env.
NIP: 19891220 202012 2 01

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NURUL FAJRIANTI

NIM : 195211297

PRODI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KRL COMMUTER LINE SOLO-YOGYAKARTA”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 8 Mei 2023



(Nurul Fajrianti)

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : NURUL FAJRIANTI
NIM : 195211297
PRODI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **PENGARUH KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KRL COMMUTER LINE SOLO-YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data responden. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karanganyar, 8 Mei 2023



(Nurul Fajrianti)

Wahyu Dian Silviani S.Si., M.Env.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Nurul Fajrianti

Kepada Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Ekoomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nurul Fajrianti NIM: 19.52.11.297 yang berjudul:

“PENGARUH KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KRL COMMUTER LINE SOLO-YOGYAKARTA”

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 08 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Wahyu Dian Silviani S.Si., M.Env.
NIP. 19891220 202012 2 014

PENGESAHAN

**PENGARUH DUTA KENYAMANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
KRL COMMUTER LINE SOLO-YOGYAKARTA**

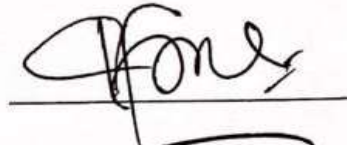
Oleh:

NURUL FAJRIANTI
NIM. 19.52.11.297

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Jumat tanggal 19 Mei 2023 M / 29 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.
NIP. 19721109 199903 2 002



Penguji II
H. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19821120 201403 1 001



Penguji III
Dr. Amri Syarif Hidayat, M.Si.
NIP. 19750126 200912 1 001



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004 †

MOTTO

"Benar dan salah tentu ada. Tegakkanlah segitiga. Pada alas ada dua sudut, sudut benar dan sudut salah".

(Sujiwo Tejo)

Pada waktunya, dunia hanya perlu tahu kalau kita hebat. Kebahagiaan tidak membutuhkan penilaian orang lain.

(Fiersa Besari)

Janganlah engkau mengucapkan perkataan yang engkau sendiri tak suka mendengarnya jika orang lain mengucapkannya kepadamu.

(Ali bin Abi Thalib)

Orang pesimis selalu melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, tapi orang optimis selalu melihat kesempatan dalam setiap kesulitan.

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan kasih sayang-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
Akan saya persembahkan dengan penuh doa dan cinta sebuah penelitian sederhana ini untuk :

Beliau yang sangat saya hormati Bapak Satimin dan Ibu Sarwanti yang senantiasa mengiringi langkahku dengan doa, dukungan, dan motivasi yang tiada habis.

Adikku yang aku banggakan Linda Amelia Azzahro

Sahabatku teman-teman MBS H '19

Team Mikir Abot yang selalu memberikan support

Sahabatku Laila Intan Sari yang menjadi teman terbaik sejak SMK

Teman spesial saya yang selalu support, Hanan Hidayat

Semua saudara, rekan, sahabat yang selalu ada untukku.

Almamaterku Universitas Raden Mas Said Surakarta Tercinta

Terima Kasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga dilancarkan semua urusan penulis dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kenyamanan, Ketepatan Waktu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Solo-Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Selama ini penulis merasa telah banyak mendapatkan dukungan, dorongan dan bimbingan dari banyak pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akutansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

5. Wahyu Dian Silviani S.Si., M.Env. selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah memberikan banyak dukungan dan bimbingan selama penulis Menyusun skripsi.
6. Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si., H. Khairul Imam, S.H.I, M.S.I., Dr. Amri Syarif Hidayat, M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi penulis yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti Pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said .
8. Ibu dan Bapakku, terimakasih atas doa, motivasi dan pengorbanan yang tak pernah habis serta kasih sayangmu tak akan pernah penulis lupakan.
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 08 Mei 2023



Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The effect of convenience on KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta customer loyalty, (2) The effect of punctuality on KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta customer loyalty, (3) The effect of service quality on customer loyalty KRL Commuter Line Solo -Yogyakarta. The type of research used in this research is a survey. The population in this study are consumers who have used KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta services.

The sampling technique was carried out using non-probability with a purposive sampling technique with a sample size of 100 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. This analysis is used to examine the relationship between the independent variables and the dependent variable.

The results of this study indicate that (1) convenience has a significant effect on customer loyalty, (2) punctuality has a significant effect on customer loyalty, (3) service quality has a significant effect on customer loyalty. The results of this study found that the comfort variable was the highest variable affecting customer loyalty with several indicators of cleanliness, safety and room temperature.

Keywords: *convenience, punctuality, service quality, customer loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta, (2) Pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta, (3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa layanan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probabilitas* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara variable independent dengan variable dependen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini ditemukan fakta bahwa variable kenyamanan adalah variable tertinggi yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan beberapa indikator kebersihan, keamanan, dan suhu ruang.

Kata kunci: Kenyamanan, Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Kenyamanan.....	13
2.1.2 Ketepatan Waktu	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Penelitian Relevan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26

2.4.1	Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Commuter Line.....	26
2.4.2	Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Commuter Line.....	26
2.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Commuter Line	27
2.4.4	Pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.2	Jenis Penelitian	29
3.3	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.4	Jenis data dan Sumber Data	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Variabel Penelitian	33
3.7	Definisi Operasional Variabel	34
3.8	Teknik Analisis Data	36
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.8.3	Uji Ketepatan Model (Uji Koefisien Determinasi (R^2)).....	38
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.8.5	Uji Hipotesis.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Penelitian	41
4.2	Karakteristik Responden Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	41
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	43
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	44
4.3	Karakteristik Berdasarkan Analisis Distribusi Jawaban Responden Skala Likert	45
4.4	Hasil Uji Instrument	47

4.4.1	Uji Validitas	47
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1	Uji Normalitas	49
4.5.2	Uji Multikolinearitas	50
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	51
4.6	Hasil Uji Ketetapan Model.....	52
4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.8	Hasil Uji Hipotesis	55
4.8.1	Uji T	55
4.8.2	Uji F.....	57
4.9	Pembahasan Analisis Data	58
4.9.1	Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.	58
4.9.2	Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan	60
4.9.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Keterbatasan Penelitian	66
5.3	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 3 Domisili Responden	43
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 5 Analisis Distribusi Variabel Kenyamanan	45
Tabel 4. 6 Analisis Distribusi Variabel Ketepatan Waktu	45
Tabel 4. 7 Analisis Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4. 8 Analisis Distribusi Variabel Loyalitas Pelanggan	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Ketepatan Model	53
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di bidang jasa menyebabkan perubahan yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat terutama dalam jasa layanan transportasi darat. Kehidupan sehari-hari bergantung dan tak tergantikan pada transportasi. Hampir semua aspek kehidupan dipengaruhi oleh transportasi, yang merupakan alat penting untuk membantu perekonomian dan mendukung pembangunan nasional. Pelayanan transportasi yang semakin berkembang baik kuantitas maupun kualitasnya, termasuk keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, dan efisiensi, dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang dapat dimanfaatkan sebagai alternatif untuk membantu permasalahan kebutuhan angkutan umum. Nasution (2015) menegaskan bahwa jalur kereta api memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Kereta api yang mengangkut barang dalam jumlah besar dengan harga murah untuk mendukung perluasan pertambangan, perdagangan, industri, dan industri lainnya. Setelah adanya jaringan kereta api ini, banyak kota berkembang dan berubah.

PT Kereta Commuter Indonesia didirikan sebagai salah satu anak perusahaan PT KERETA API INDONESIA (Persero) berdasarkan Peraturan Presiden No. 5 Tahun 2008 dan Surat Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. S-653/MBU/2008 tanggal 12 Agustus 2008. Semula PT bernama KAI Commuter Jabodetabek. Anak perusahaan ini didirikan karena keinginan para

pemangku kepentingan untuk lebih berkonsentrasi dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dan berkontribusi pada solusi masalah transportasi perkotaan yang semakin rumit.

Sistem baru telah dikembangkan oleh PT Kereta Api Commuter untuk menyediakan layanan kereta api bagi masyarakat dan pelanggan. Teknik ini dimaksudkan untuk menghentikan orang menumpuk ke dalam kereta, yang menyebabkan kereta penuh sesak dan penurunan kenyamanan di dalam kompartemen. Sistem jalur komuter adalah yang satu ini. KRL Commuter Line, salah satu divisi dari PT Kereta Api Indonesia, mengoperasikan sistem angkutan cepat komuter yang dikenal dengan KRL Commuter Line. Hal ini didasarkan pada Kereta Rel Listrik (KRL). Sejak tahun 1925, KRL telah beroperasi di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), dan sejak Februari 2021 juga telah beroperasi di kawasan lintas Solo-Yogyakarta.

Pembangunan KRL Yogyakarta-Solo yang sebelumnya menggantikan pengoperasian KA Prambanan Ekspres atau Prameks yang bermesin diesel sejak 1994 dibenarkan Kementerian Perhubungan. Bangunan ini juga merupakan komponen dari rencana induk perkeretaapian yang menggunakan listrik sebagai penggerak yang kuat, efektif, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Menurut Zulfikri, Dirjen Perkeretaapian Kementerian Perhubungan, Yogyakarta dan Solo merupakan daerah aglomerasi dengan jumlah penduduk gabungan sekitar 10 juta jiwa. Ini adalah kota aglomerasi dengan potensi karena pariwisata dan pelajar. Dengan fitur tersebut, dia mengklaim, KRL Yogyakarta-Solo cukup diminati masyarakat untuk digunakan sebagai sarana transportasi. Kemudian,

alasan teknisnya, kedua kawasan ini sudah memiliki jalur ganda yang bisa dimanfaatkan karena daya tampungnya masih besar.

KRL Yogyakarta-Solo melayani 2.222.942 orang sejak awal hingga Februari 2022, menurut Direktur Utama KAI Commuter. Dua puluh perjalanan dilakukan setiap hari dengan KRL Yogya - Solo. Kecuali Juli dan Agustus, ketika pemerintah menerapkan PPKM Tingkat 4 di beberapa daerah, termasuk Yogyakarta dan Solo, tren volume pengguna bulanan terus meningkat. Dengan 290.618 pengguna atau rata-rata 9.375 pengguna per hari, Desember 2021 menjadi jumlah pengguna KRL tertinggi per bulan.

Menurut data KAI Commuter, sepanjang masa transit Nataru dari tahun 2022 hingga 2023, akan tertampung hampir 15,5 juta pengendara. Commuterline Yogya-Solo memiliki total 316.369 pengguna di tahun 2018, dengan jumlah pengguna terbanyak pada Kamis, 29 Desember 2022 sebanyak 26.600. Peningkatan layanan masih terus dilakukan. Pada era Angkutan Nataru, jalur komuter Yogya-Solo mengangkut total 87.779 penumpang setiap harinya, terutama pada hari libur. Sebanyak 12.265.926 pengguna aktif selama Desember 2022, dengan rata-rata 756.873 pengguna per hari selama seminggu dan maksimal 607.336 pengguna setiap hari.

Tingginya jumlah pengguna KRL Commuter Line Yogya-Solo menunjukkan tingginya animo masyarakat untuk menggunakan layanan KRL. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan KRL, antara lain memberikan pelayanan yang adil kepada pelanggan, membina hubungan yang positif dengan pelanggan, dan memberikan

kenyamanan kepada pelanggan dalam transportasi. Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang sangat penting untuk dipelajari karena loyalitas pelanggan otomatis meningkat ketika kenyamanan pelanggan terpenuhi.

Sebagaimana unggahan tweet dari akun @itssyfa pada hari Minggu tanggal 16 April 2023 pukul 2.19 PM yang mengatakan bahwa:

“saya sebagai mahasiswa jarang banget dapet tempat duduk di krl. Kalo pulang ke solo atau balik kek jogja”.

Hal ini membuktikan bahwa kurangnya kenyamanan dalam bertransportasi dalam menggunakan KRL. Namun berbeda dengan pengalaman pribadi yang diungkapkan oleh akun @thebaddestazn lewat media tweeter pada hari Senin tanggal 9 Januari 2023 pukul 6.25 PM mengungkapkan bahwa:

“Pengalaman pribadi traveling Solo-Jogja menggunakan KRL yang bagus, interior kereta bersih, jadwal tepat waktu, petugas ramah”.

Hal ini membuktikan bahwa kenyamanan sangat diperlukan untuk menjamin loyalitas pelanggan. Kurangnya keamanan dan kenyamanan bagi pengguna jasa layanan KRL menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Tingkat keamanan yang kurang karena kepadatan penumpang mengakibatkan hal buruk terjadi seperti barang bawaan penumpang dicuri sangat tinggi. Hal ini terutama terjadi pada jam-jam sibuk ketika penumpang harus berdesakan satu sama lain.

Waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api yang ditetapkan dalam Rencana Perjalanan Kereta Api (GAPEKA) menentukan ketepatan waktu pengangkutan dengan kereta api KRL Commuter Line. Ketepatan waktu diukur

dengan perjalanan kereta api. Implementasi kesepakatan pada titik waktu tertentu antara pihak yang berbeda disebut ketepatan waktu (Granstrom, 2008). Karena ketepatan waktu merupakan standar untuk menjamin loyalitas konsumen, KRL Commuter Line diharapkan dapat fokus pada hal tersebut. Ketepatan waktu kedatangan sesuai dengan jadwal, ketepatan waktu persiapan, ketepatan waktu berhenti di stasiun, dan ketepatan waktu dibandingkan dengan moda transportasi lain yang bepergian ke lokasi yang sama merupakan faktor penting (Apriyadi, 2017).

Ketepatan waktu kereta api lebih terjamin dibanding dengan moda transportasi darat lain seperti bus, sepeda, ataupun angkutan. Namun, meskipun ketepatan waktu kereta api lebih terjamin dibanding dengan moda transportasi darat lain masih ada keluhan dari masyarakat. Seperti halnya diungkapkan oleh akun berita @nolantv_com lewat media tweeter pada hari Kamis tanggal 23 Februari 2023 diungkapkan bahwa:

“KRL Solo-Jogja Kadang Tak tepat waktu, penumpang berharap pelayanan lebih baik”.

Transportasi sangat penting dari perspektif ekonomi karena meningkatkan mobilitas orang dan meningkatkan kesadaran mereka akan pilihan mereka. Hal ini dimungkinkan oleh banyaknya perusahaan transportasi yang bermunculan dan menawarkan berbagai macam barang, jasa, dan harga yang berbeda. Oleh karena itu, pelanggan akan lebih kritis dalam evaluasi mereka terhadap penyedia transportasi.

Adanya usaha peningkatkan pelayanan oleh PT KAI, dengan memastikan kehadiran seorang petugas keamanan yang berjaga di setiap gerbong dan di setiap sudut stasiun. Informasi tentang jadwal kedatangan kereta dan gangguan perjalanan selalu diinformasikan oleh seorang *voice over talent*. Upaya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terkait masalah keamanan. Hal ini dilakukan dengan memasang CCTV di stasiun dan di kereta. Pemasangan CCTV di seluruh gerbong dilakukan bukan hanya untuk pengawasan selama perjalanan KRL, namun juga untuk mengantisipasi berbagai tindakan kejahatan di dalam kereta api. Disamping pelayanan yang baik, harga tiket KRL terbilang relative lebih murah dibandingkan dengan alat transportasi lain. Tiket KRL Solo-Yogyakarta relative murah dengan harga mengacu pada ketentuan tarif KRL Jogja-Solo. Penyajian pelayanan yang baik kepada pelanggan KRL merupakan prasyarat dari loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Karena masih banyak masyarakat yang menganggap kereta api sangat ketinggalan, dalam transportasi khususnya kereta api masih kalah bersaing atau masih kalah dengan kendaraan bermotor, pesawat terbang dan kapal laut. Untuk mengatasi masalah tersebut, pemerintah perlu meningkatkan prasarana dan sarana perkeretaapian, seperti peningkatan kecepatan kereta api terutama pada stasiun-stasiun di daerah padat penduduk. Selain itu, kami berupaya memperkuat loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan, kenyamanan, dan ketepatan waktu.

Akan tetapi dibalik usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pengelola KRL untuk menyediakan layanan transportasi yang layak masih banyak muncul

complain yang muncul, Diantaraya (1) Jumlah penumpang selalu melebihi kapasitas sehingga sulit merasa nyaman (Fawwaz dan Rakhmatulloh, 2021); (2) Tantangan sering muncul karena gangguan infrastruktur dan masalah teknis, membuat jadwal keberangkatan dan kedatangan tidak konsisten dan sulit untuk memberikan layanan tepat waktu (Saraswati dan Riminarsih, 2020); (3) Kecelakaan kereta api sering terjadi, baik karena kesalahan manusia maupun masalah teknologi. Masyarakat memiliki harapan besar terhadap peningkatan pelayanan KRL karena merasa jenis transportasi ini paling cocok untuk dipilih karena relatif lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan jenis transportasi lainnya (Zefri & Maharani, 2019).

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variable-variabel yang menjadi complain pengguna KRL terhadap loyalitas mereka menggunakan KRL. Kualitas layanan mengacu pada semua upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Yang dimaksud dengan “jasa” dalam konteks ini adalah jasa atau rangkaian jasa yang disediakan oleh penyedia jasa dalam rangka memuaskan pelanggan. Layanan ini mungkin nyaman, cepat, kompeten, atau akurat (Sugiarsih, 2019). Menurut penelitian lain, loyalitas pelanggan KRL Commuter Line wilayah Jabodetabek dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka loyalitas pelanggan KRL Commuter Line akan meningkat (Salsabilah, 2021).

Penelitian Tampubolon et al., (2020) yang menyatakan, ketepatan waktu tidak berdampak pada loyalitas klien. Kajian ini menunjukkan bahwa hal tersebut

tidak berdampak signifikan terhadap loyalitas masyarakat, karena salah satu syarat kualitas harus dipenuhi agar informasi yang diberikan bermanfaat bagi pengambil keputusan.. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zahra et al., (2022) dengan variable terikatnya Loyalitas konsumen dan variable bebasnya harga, ketepatan waktu, kualitas pelayanan. Menurut temuan studi tersebut, pengiriman tepat waktu berdampak besar terhadap loyalitas pelanggan terhadap layanan pengiriman Shopee Express di Kota Serang. Penelitian terkait variable kenyamanan menurut Sanjaya & Sawitri (2017) menyatakan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Jika pelayanan menyenangkan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan fakta yang terjadi di lapangan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan untuk pihak PT KAI Commuter Line untuk menjaga loyalitas pelanggan KRL Commuter Line. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang didapat dari latar belakang masalah diatas yaitu:

1. PT KAI terus berupaya meningkatkan pelayanan bagi pengguna KRL. Namun masih ada perbedaan antara ekspektasi dengan kenyataan yang

ditemui oleh masyarakat pengguna KRL, seperti pelanggan kurang puas dengan pelayanan KRL karena menumpuknya jumlah penumpang dalam satu gerbongnya.

2. Adanya perbedaan dalam hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai variable-variabel (kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan) yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, maka Batasan masalah yang perlu dilakukan agar masalah yang diteliti terarah dan lebih jelas antara lain:

1. Penelitian dilakukan di area Solo Raya dan Yogyakarta.
2. Objek penelitian difokuskan pada Pelanggan KRL Commuter Line.
3. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Mei 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah penelitiannya antara lain:

1. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta?
2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk menganalisis apakah kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan untuk memperkuat teori yang memiliki keterkaitan antara kenyamanan, ketepatan waktu, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan..

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak PT KAI Commuter.

b. Bagi UIN Raden Mas Said Surakarta

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam teori-teori loyalitas pelanggan.

c. Bagi Pembaca

Untuk membantu pembaca menyelesaikan masalah loyalitas pelanggan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang menekuni subjek yang sama atau terkait dengan penelitian ini dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumber informasi dan referensi..

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistem yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Struktur berikut digunakan untuk menulis bab berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab tersebut menjelaskan konteks masalah, identifikasi masalah, deskripsi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian hanyalah sebagian kecil dari sub-bab yang menyusun bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab tersebut menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan variabel, penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian saat ini, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga membahas wilayah penelitian, populasi penelitian, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data. Dibahas pula waktu pelaksanaan dan wilayah penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEIMBAHASAN

Penjelasan luas tentang penelitian, pengujian, dan temuan analisis data dibahas dalam bab ini, disertai dengan pembahasan tentang analisis data (pembuktian hipotesis).

BAB V PENUTUP

Bab penutup membahas mengenai keterbatasan penelitian, kesimpulan akhir diperoleh dari temuan, dan rekomendasi untuk penelitian tambahan semuanya.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji apakah terdapat pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line. Variabel dependen yang digunakan yaitu loyalitas pelanggan. Variabel independen yang digunakan adalah pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan.

2.1.1 Kenyamanan

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mengatur hak konsumen, hak tersebut meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan jasa dengan syarat dan jaminan yang diberitahukan secara benar. , secara jelas dan jujur, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sebagaimana mestinya, dan hak untuk diperlakukan (Hutapea, 2020). Menurut Utami (2016) Kenyamanan merupakan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang baik dari bandara. Kepastian ini dapat berupa rasa senang yang dialami pelanggan atas pelayanan yang diterimanya berupa AC, suasana yang rapi, sejuk, dan nyaman. Menurut Kotler & Armstrong (2012), dalam kondisi normal, seseorang akan merasa nyaman pada suhu antara 20 sampai 25 °C, dengan suhu tubuh 37 °C.

Ketika menggunakan produk atau sesuatu yang berhubungan dengan produk sebagai semacam evaluasi diri, konsumen mengalami kenyamanan. Kenyamanan dapat dihasilkan dengan mengelola situasi dengan cepat, memberikan kesempatan kepada penyedia layanan untuk mengubah klien yang tidak bahagia menjadi klien yang puas yang bahkan mungkin menjadi pelanggan setia. Kondisi kenyamanan bersifat individual dan tergantung pada faktor termasuk tingkat aktivitas, suhu udara, kecepatan angin, suhu emisi radiasi rata-rata, dan kelembaban udara. Kenyamanan bertransportasi darat kini ditambah dengan konektivitas yang mengagumkan. Sehingga, kita tidak takut terjebak kemacetan dan ketidaknyamanan dalam bertransportasi. Teori kenyamanan bertujuan untuk meningkatkan rasa nyaman pelanggan dengan empat pengalaman yaitu fisik, psikospiritual, sosiokultural, dan lingkungan.

Kenyamanan dalam angkutan umum berbeda dengan kenyamanan di luar kendaraan dan di dalam kendaraan itu sendiri. Spesifikasi tempat duduk, jarak antar tempat duduk, faktor muatan, temperatur, ventilasi, kebersihan, ruang bagasi dan hiburan merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi kenyamanan penumpang di dalam kendaraan. Kenyamanan di luar mobil, yang berarti dapat menggunakan transportasi umum seperti stasiun, halte bus, halte bus, dan terminal. Angkutan umum dan kebersihan merupakan dua faktor yang mempengaruhi kenyamanan penumpang di luar mobil. Waktu tunggu juga berdampak signifikan terhadap kenyamanan di dalam kendaraan. Diasumsikan bahwa kenyamanan berkurang dengan bertambahnya waktu tunggu di luar batas toleransi yang diinginkan. untuk mengurangi.

Referensi yang dibuat oleh Wibowo (2019) ini menjadi landasan bagi tolak ukur dimensi loyalitas pelanggan. Ini terdiri dari 3 (tiga) komponen tolok ukur, termasuk penghematan waktu, kemudahan keterlibatan, dan kemudahan penggunaan. Indikator kenyamanan menurut Hasanah (2018) yaitu:

1. Kebersihan
2. Suhu ruang
3. Keamanan.

2.1.2 Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu digunakan sebagai tolak ukur dalam memilih moda transportasi, karena sebagai focus penting dalam sector perkeretaapian. Ketepatan waktu dalam bertransportasi menggunakan jasa layanan kereta api yaitu waktu kedatangan dan pemberangkatan kereta yang sudah ditentukan pada Grafik Perjalanan Keret Api. Bagan Perjalanan Kereta Api sendiri merupakan suatu pedoman pengaturan penyelenggaraan perjalanan kereta api yang digambarkan dalam bentuk garis yang menunjukkan stasiun, waktu, jarak, kecepatan dan posisi perjalanan kereta api mulai dari berangkat, melintasi, menyusul dan berhenti yang merupakan dibuat untuk mengendalikan perjalanan kereta api. Nomor kereta api, nama, rute, jarak stasiun, waktu keberangkatan dan kedatangan, kecepatan yang diizinkan, periode perjalanan, lokasi penyalipan, dan titik-titik perpotongan kereta api semuanya tercantum dalam Bagan Perjalanan Kereta Api (GAPEKA). Indikasi ketepatan waktu adalah kemampuan operator untuk mengantarkan jasa angkutan secara tepat waktu (hingga stasiun terminal) sesuai dengan jadwal yang telah

ditetapkan. Jadi, ketepatan waktu adalah pelaksanaan kontrak pada saat tertentu antara banyak pihak (Granstrom, 2008).

Perjalanan kereta api harus mengikuti jadwal yang dituangkan dalam Bagan Perjalanan Kereta Api sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api. Sistem perencanaan yang baik, penetapan standar operasional yang tinggi, penambahan frekuensi perlambatan KA sesuai dengan kapasitas lintasan, dan peningkatan kecepatan rata-rata sesuai dengan kemampuan teknis sarana dan prasarana adalah semua cara agar regulator dan operator dapat bekerja sama. untuk meningkatkan ketepatan waktu. (Goverde, 2005). Menurut Rudnicki (1997) mendefinisikan Sebagai kriteria yang telah ditentukan, ketepatan waktu mensyaratkan bahwa semua moda transportasi datang, pergi, atau melewati pada waktu dan lokasi tertentu. Salah satu metrik kunci dalam industri perkeretaapian adalah ketepatan waktu (Ahren, 2008).

Ketepatan waktu merupakan komponen pengambilan keputusan yang mendukung relevansi dan aksesibilitas informasi sebelum kehilangan kemampuannya untuk melakukannya. Waktu keberangkatan yang ditetapkan oleh perusahaan dan jumlah pengguna jasa yang memiliki waktu tunggu yang singkat untuk menunggu waktu keberangkatan keduanya dapat digunakan untuk mengukur ketepatan waktu atau keterlambatan.

Menurut Lai et al. (2022) indicator ketepatan waktu adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan informasi transportasi.
2. Perjalanan yang dibutuhkan tepat waktu.
3. Jadwal pemberangkatan tepat waktu.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017), layanan berarti seseorang atau organisasi melakukan sesuatu untuk membuat pelanggan, kolega, dan manajer bahagia. Menurut Armistead dan Clark (1999), menawarkan layanan dan dukungan kepada klien adalah fungsi dari kapasitas karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka, terutama untuk melakukannya dengan dedikasi penuh dan kapasitas untuk mengatasi masalah yang muncul selama pemberian layanan. Rusydi (2017) menegaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan dengan kualitas terbaik relatif terhadap para pesaingnya adalah ukuran kualitas layanan. Lima karakteristik kualitas layanan—tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy—dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Lupiyoadi, 2006).

Kualitas adalah jumlah dari semua karakteristik dan properti yang membentuk suatu barang atau jasa dan saling bergantung, menurut American National Standards Institute (ANSI) dan American Society for Quality (ASQ) (Haksever et al., 2000). untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Utami (2006), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai pengertian multidimensi yang diciptakan oleh evaluasi pengembangan beberapa aspek yang berhubungan dengan layanan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2017) dapat dilihat sebagai kriteria seberapa baik tingkat pelayanan yang ditawarkan mampu memuaskan aspirasi atau harapan pelanggan.

Dengan menyeimbangkan harapan konsumen, kualitas layanan dapat dicirikan sebagai metode untuk memenuhi semua permintaan dan keinginan

pelanggan. Kualitas layanan adalah skala atau ukuran yang digunakan oleh bisnis untuk menentukan apakah mereka efektif dalam melayani kebutuhan pelanggan mereka, klaim Mardo (2016). Sikap dan perilaku karyawan yang mampu mengenali kebutuhan pelanggan berperan penting dalam mencapai keunggulan dalam kualitas layanan (Tjiptono & Chandra, 2016). Akibatnya, untuk memberikan layanan pelanggan yang sangat baik, anggota staf harus memiliki berbagai kemampuan, termasuk keahlian di bidangnya masing-masing, keterampilan komunikasi yang baik, dan kemauan untuk melampaui pelanggan. Berdasarkan beberapa sudut pandang terhadap kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan meliputi semua jenis pelayanan yang diberikan perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan (Salsabilah, 2021). Menurut Kristanto (2015) indicator variable kualitas pelayanan yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, akurat, dan andal. Kinerja harus memenuhi harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan, kesetaraan, simpati dan ketelitian yang tinggi bagi seluruh pelanggan.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kebijakan untuk mendukung dan memberikan layanan yang cepat (responsif) dan wajar kepada pelanggan melalui informasi yang jelas. keinginan seseorang untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.

3. *Assurance* (Kepastian)

Kemampuan karyawan atau sopan santun karyawan agar menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Keahlian, kesopanan dan kemampuan karyawan

perusahaan meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Ini termasuk kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan dan kompetensi.

4. *Emphaty* (Empati)

Kepedulian secara pribadi yang diberikan kepada seseorang. Dengan mencoba memahami apa yang diinginkan pelanggan, Anda menawarkan perhatian yang tulus, individual atau pribadi kepada pelanggan.

2.1.4 Loyalitas Pelanggan

Penelitian Tjiptono (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap perusahaan, pengecer, atau pemasok dan ditunjukkan dengan pembelian rutin dan berulang. Tingkat minat dan harapan konsumen, serta pelaksanaan atau kinerja bisnis, semuanya harus memadai jika menjaga loyalitas pelanggan menjadi perhatian utama. Prioritas pelanggan harus diperhitungkan oleh bisnis jika mereka ingin memuaskan mereka. Pelanggan yang terus menggunakan layanan yang diberikan dapat menjadi sumber umpan balik bagi bisnis untuk meningkatkan tingkat kepercayaan dan kualitas layanan yang diberikan. Agar pelanggan dapat terus berbisnis dengan perusahaan maka kepuasan pelanggan harus dipenuhi. Berikut ini adalah beberapa elemen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan:

- 1) Performa produk/jasa,
- 2) Citra perusahaan/ produk/ merek,
- 3) Hubungan harga dengan nilai,
- 4) Kinerja/prestasi karyawan,
- 5) Persaingan,

- 6) Sistem pengiriman produk tepat waktu, dan
- 7) Hubungan kepuasan dengan konsumen (Cravens & Piercy, 2013)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat pelanggan untuk memilih atau membeli produk atau jasa yang dipilih lagi di masa depan, bahkan ketika pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menimbulkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan berlangsung dalam beberapa langkah. Fase tersebut dimulai dari :

- 1) Loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*) atau loyalitas yang didasarkan hanya pada keyakinan merek.
- 2) Loyalitas afektif (*affective loyalty*) atau kesukaan atau sikap terhadap merek didasarkan pada kesempatan menggunakan kepuasan secara kumulatif.
- 3) Loyalitas konatif (*conative loyalty*) yang menunjukkan sebuah kondisi loyalitas yang berisi apakah pada kemunculan pertama memperlihatkan komitmen mendalam untuk membeli.
- 4) Loyalitas tindakan (*action loyalty*), di mana niat dikonversi ke tindakan (Oliver, 2010).

Berdasarkan Griffin (2005) ada beberapa indikator loyalitas pelanggan yaitu :

1. Melakukan pembelian secara berulang dan teratur.
2. Merekomendasikan kepada orang lain.
3. Menunjukkan kekebalan terhadap promosi dari pesaing.

2.2 Penelitian Relevan

Sudah banyak penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan hal ini, terutama yang berfokus pada unsur-unsur yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Temuan dari penelitian yang tercantum di bawah ini akan berfungsi sebagai panduan dan titik perbandingan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmani (2022) dengan variable terikatnya loyalitas pelanggan dan variable bebasnya kenyamanan dan lokasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode pengumpulan data angket. Seluruh pengunjung atau konsumen yang berkunjung ke Collective Co-Working Space di Palagan, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan target audiens dari penelitian ini. Variabel kenyamanan diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama penelitian ini. Artinya, loyalitas pelanggan terhadap co-working space kolektif di Daerah Istimewa Yogyakarta berkorelasi dengan kenyamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mayumartiana et al., (2019) dengan variable terikatnya loyalitas pelanggan dan variable bebasnya keadilan harga dan kenyamanan. Penelitian ini bersifat kuantitatif belajar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Indonesia Maskapai AirAsia menyediakan layanan pembayaran tiket yang nyaman (melalui pembayaran elektronik seperti ponsel perbankan dan melalui outlet terdekat di convenience store) sehingga pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat dilakukan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya & Sawitri (2017) dengan variable terikatnya loyalitas pelanggan dan variable bebasnya kenyamanan. menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Hasil

dari penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kenyamanan pelayanan dan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin tinggi kenyamanan pelayanan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Kenyamanan memberikan sumbangan efektif sebesar 24.50% terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon et al., (2020) dengan variable bebasnya system pelayanan, ketepatan waktu, dan daya beli masyarakat sedangkan variable terikatnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan explanatory research. 778 pelanggan membeli layanan tiket dalam populasi penelitian ini. Rumus Slovin digunakan oleh 89 orang dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pelayanan, ketepatan waktu dan daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Granstrom (2008) dengan variable terikatnya loyalitas pelanggan dan variable bebasnya system pelayanan. Ketepatan waktu, dan daya beli. Pengumpulan data yang dilakukan melalui studi literatur, wawancara, workshop serta pengamatan dan pengukuran di lapangan. Hasil penelitian ini adalah informasi dapat mendukung stakeholder dalam mengambil kebijakan/keputusan untuk meningkatkan ketepatan waktu perjalanan KA dengan cara yang lebih efisien dan efektif terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Zahra et al., (2022) dengan variable terikatnya Loyalitas konsumen dan variable bebasnya harga, ketepatan waktu, kualitas pelayanan. Metode penelitian survei digunakan untuk penelitian ini. Metode kuantitatif adalah pendekatan survei. Menurut temuan studi tersebut,

pengiriman tepat waktu berdampak besar terhadap loyalitas pelanggan terhadap layanan pengiriman Shopee Express di Kota Serang. Ini menunjukkan betapa pentingnya ketepatan waktu pengiriman untuk membuat pelanggan senang selama proses pengiriman.

Penelitian yang dilakukan oleh Firmasyah & Prihandono (2018) dengan variabel bebasnya kualitas pelayanan dan *perceived value* sedangkan variabel terikatnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian menggunakan *nonprobability sampling* dimana pengambilan sampel yang dilakukan tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *purposive sampling* dengan menggunakan metode iterasi diperoleh sampel sebanyak 116 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor terbentuknya loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Masrurroh (2021) dengan variabel bebasnya persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk, dan pengalaman sedangkan variabel terikatnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan berjumlah 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, pengalaman konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan persepsi harga, kualitas layanan, keragaman produk, pengalaman konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

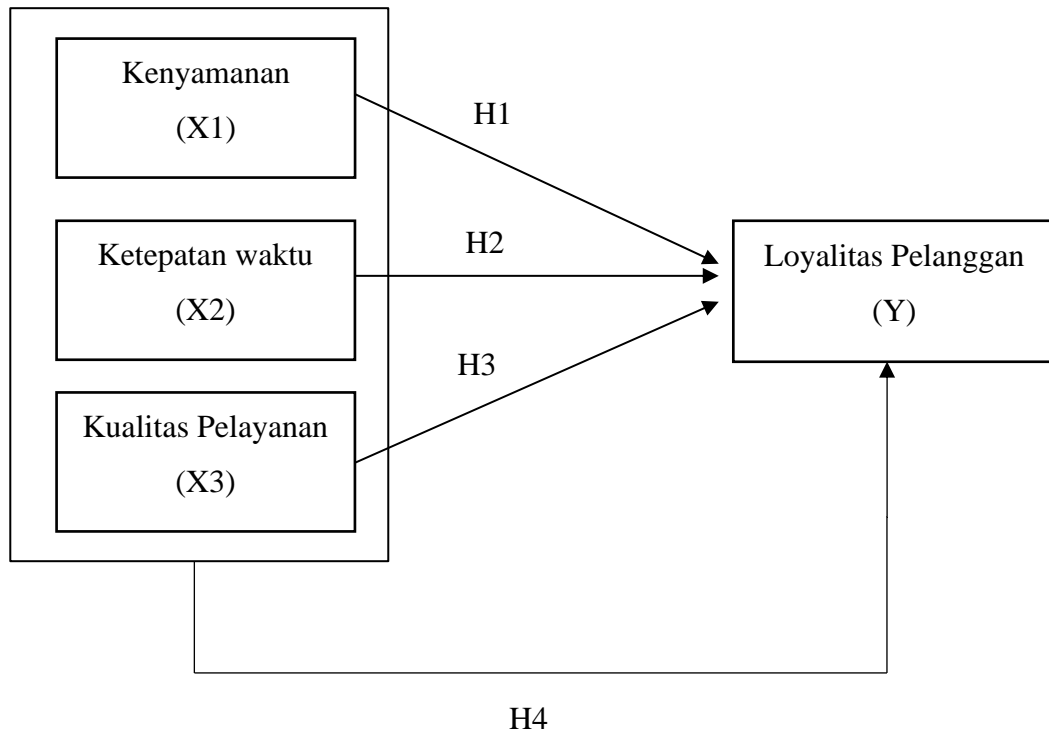
Penelitian yang dilakukan Muhtarom oleh (2022) dengan variable bebasnya persepsi harga, kualitas pelayanan, customer relationship marketing, dan kepercayaan sedangkan variable terikatnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 131. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap peningkatan penjualan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen berpendapat bahwa bahwa kesesuaian harga ayam yang dijual akan mempengaruhi kualitas barang.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Kurniasih (2012) dengan variable bebasnya harga, kualitas pelayanan, kepuasan sedangkan variable terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel 100 pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut temuan studi tersebut, loyalitas lebih dipengaruhi secara langsung oleh variabel harga daripada secara tidak langsung. Dampak langsung dari kualitas layanan pada loyalitas pelanggan, bagaimanapun, lebih besar daripada dampak tidak langsungnya.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan hubungan teoritis dari variabel-variabel yang diteliti. Oleh karena itu, penjelasan tentang hubungan antara variabel independen dan dependen secara teoritis diperlukan. Kemudian dikembangkan paradigma penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu, setiap penyusunan paradigma penelitian

harus dilandasi pola pikir (Sugiyono, 2019). Berikut kerangka berfikir dari penelitian ini:



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

Keterangan:

X1 : Kenyamanan

X2 : Ketepatan waktu

X3 : Kualitas Pelayanan

Y : Loyalitas Pelanggan

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019). Dalam kerangka berfikir diatas, dapat diambil hipotesis penelitian adalah:

2.4.1 Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan KRL

Commuter Line

Berdasarkan penelitian Rahmani (2022) menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya Semakin baik kenyamanan pada konsumen, semakin loyal pula sikap konsumen terhadap Kolektif Co-working Space Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian juga diperkuat penelitian sebelumnya oleh Mayumartiana et al., (2019) bahwa kenyamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2.4.2 Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan KRL

Commuter Line

Berdasarkan penelitian oleh Tampubolon et al., (2020) menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi. Penelitian ini mendukung penelitian Granstrom (2008) hasil penelitian ini adalah ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap

loyalitas pelanggan dengan menggunakan perjalanan KA. Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan KRL

Commuter Line

Berdasarkan penelitian Fifin & Anindhyta (2020) menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mendukung penelitian Azhar et al (2019) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan dicapai melalui layanan GoJek yang luar biasa. Konsumen membandingkan jasa yang ditawarkan ketika mereka merasa puas dengan jasa yang diterimanya. Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2.4.4 Pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Granstrom (2008) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu, daya beli mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian juga dilakukan oleh Rahmani (2022) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa

kenyamanan dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari kedua studi tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4 : Kenyamanan, Ketepatan Waktu, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dimulai dengan persiapan hingga penyusunan laporan penelitian mulai bulan Maret 2023 sampai selesai. Penelitian dilaksanakan di area Solo-Raya dan Yogyakarta berdasarkan kriteria penumpang yang sudah pernah menggunakan jasa layanan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan penelitian kuantitatif. Penelitian asosiasi adalah studi yang mengaitkan dua atau lebih variable (Agung et al., 2017). Pendekatan kuantitatif adalah teknik analisis data dalam bentuk numerik dengan menggunakan pengolahan data dengan metode statistik (Dianna, 2020). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik kuesioner. Metode survei adalah pengumpulan data dengan menggunakan sampel dari populasi dengan cara menyebarkan kuesioner (Mukhsin et al, 2017). Hasil Informasi didapat dengan mengumpulkan beberapa data yang diperlukan dari responden pengguna KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan semua bagian yang memiliki karakteristik yang sama dan menarik sehingga menjadi fokus pertimbangan seorang peneliti (Christy & P, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Dengan jumlah populasi tidak terhingga.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Pengambilan sampel ini disebabkan karena tidak mungkin survei yang meneliti semua anggota populasi secara keseluruhan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling.

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Pendekatan ini adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Dengan kata lain sampel yang harus dipilih harus memenuhi syarat atau kriteria tertentu. Sampel yang memenuhi kriteria dari penelitian ini adalah pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*, dimana sampel diambil secara acak atau random. Hal ini membuat anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*, yang merupakan bagian dari *Non-Probability Sampling*, yang mana penentuan sampel berdasarkan kriteria

dan pertimbangan tertentu (Ferdinand, 2014). Sedangkan *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini karena peneliti memilih respon dengan kriteria:

1. Pengguna KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta.
2. Gen Z .
3. Pernah bertransportasi menggunakan KRL minimal lima kali.

Teknik *Purposive Sampling* dalam penelitian ini menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam teori Sugiyono mengenai pengambilan sampel karena populasi tidak diketahui secara pasti atau tidak terhingga jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019). Berikut rumus untuk pengambilan sampelnya :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Keterangan :

N = sampel

Z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

P = peluang benar 50% = 0,5

Q = peluang salah 50% = 0,5

E = margin eror 10%

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan sebaiknya dibulatkan ke atas. Oleh sebab itu, sampel penelitian ini yaitu 97 responden. Dan untuk mengatasi ketidakvalidan dalam pengisian kuisisioner maka dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Jenis data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu Masyarakat umum Solo-Yogyakarta. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari kepustakaan yang memberi masukan terkait teori dan jurnal-jurnal manajemen sumber daya manusia yang diperoleh melalui website.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan dengan kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan tertulis yang akan ditanyakan kepada responden. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang benar. Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data, fakta dan informasi tentang suatu hal, dimana semua hal itu ditanyakan dalam bentuk pertanyaan tentang suatu kejadian dan diajukan kepada seorang yang memberikan jawaban tertulis. Skala dalam kuesioner menggunakan skala likert.

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur opini tentang suatu peristiwa. Skala likert memiliki dua bentuk pertanyaan: pertanyaan positif dan pertanyaan negatif. Pertanyaan positif diberi nilai 5,4,3,2,dan 1 sedangkan

pertanyaan negatif diberi nilai 1,2,3,4,dan 5 (Pranatawijaya et al,2019). Berikut skala likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1
Skala Likert

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan variabel yang berhubungan dengan karakteristik individu atau organisasi yang dapat diukur atau diamati. Variabel dapat diukur berdasarkan skala. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel output, kriteria, atau konsekuensi adalah variabel dependen atau variabel dependen, ini sering disebut sebagai variabel dependen dalam bahasa Indonesia. Menurut Sugiyono (2019), variabel yang dipengaruhi atau akibat adanya variabel bebas adalah variabel terikat. Loyalitas pelanggan adalah variabel dependen dari penelitian ini..

2. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas disebut juga variabel bebas atau variabel bebas adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antededen. Ini sering disebut sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel terikat

disebut variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu berupa *Kenyamanan, Ketepatan Waktu, dan Kualitas Pelayanan*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan sifat variabel dependen. Definisi operasional variabel juga bertujuan untuk menentukan skala masing-masing variabel agar pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan benar menggunakan alat. Variabel dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional. Menurut (Cynthia Agatha, 2019), Yang dimaksud dengan “operasional” adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti untuk memperoleh informasi dan menarik kesimpulan.

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kenyamanan	Menurut Utami (2016) Kenyamanan adalah perasaan aman para konsumen atas pelayanan yang baik kepada pelanggan yang diberikan oleh bandara, yang dapat berupa perasaan senang yang dirasakan para konsumen atas jasa yang mereka dapatkan berupa pendingin ruangan AC, lingkungan yang bersih, sejuk dan nyaman.	Indikator kenyamanan menurut Hasanah (2018) yaitu: 1. Kebersihan 2. Suhu ruang 3. Keamanan.
Ketepatan Waktu	Menurut Choril & Ghozali (2001) ketepatan waktu adalah suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan.	Menurut Lai et al. (2022) indicator ketepatan waktu adalah sebagai berikut : 1. Ketepatan informasi transportasi. 2. Perjalanan yang dibutuhkan tepat waktu. 3. Jadwal pemberangkatan tepat waktu.
Kualitas Pelayanan	Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan (Kasmir (2017).	Menurut Kristanto (2015) indikator kualitas pelayanan, yaitu: 1. Keandalan (Reliability) 2. Daya Tanggap (Responsiveness) 3. Kepastian (Assurance) 4. Empati (Emphaty)
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2012).	Menurut Griffin (2005) indikator loyalitas pelanggan, yaitu : 1. Melakukan pembelian secara berulang dan teratur. 2. Merekomendasikan kepada orang lain. 3. Menunjukkan kekebalan terhadap promosi dari pesaing.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu langkah yang dilakukan dalam penelitian. Analisis data dilakukan setelah kegiatan pengumpulan data. Data dianalisis dengan berbagai cara agar penelitian dapat memberikan hasil yang akurat dan valid. Analisis data dilakukan dan ditunjukkan dalam bentuk statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif dengan menyajikan data empiris yang menggambarkan hubungan antar responden terhadap variabel-variabel yang diuji dalam suatu survei. Statistik inferensial adalah tentang menarik kesimpulan tentang hipotesis penelitian (Ferdinand, 2014). Teknik analisis data untuk penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 22.

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, uji ketepatan model. Analisis regresi berganda untuk menentukan persamaan substruktur model, uji-T dan Uji-F untuk pengujian hipotesis

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian yang mengukur variabel pada kuesioner harus menguji kualitas data yang diperoleh. Kualitas data yang diperoleh dapat diperiksa keakuratannya dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan ssuatu yang akan dikur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui data tersebut layak digunakan atau tidak, maka digunakan uji signifikan. Uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan

ialah 0,05 (=5%), berarti data tersebut valid apabila memenuhi skor total, begitu pula kebalikannya (Herlina, 2019).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, yaitu pengujian mengenai dapat atau tidaknya alat pengukuran stabil, mantap, konsisten. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, jika nilai *Cronbach Alpha* variabel lebih besar dari 0.70 dapat disimpulkan instrumen kuisioner tersebut reliabel (Astuti, 2019).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Rata-rata tes penerimaan tradisional mendekati atau sama dengan 0. Hasil ini diperoleh dari statistik residual. Jika sama dengan atau mendekati 0, maka terpenuhi. Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik (Astuti, 2019)

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa model regresi. Baik variabel dependen maupun independen berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Residu biasa mengasumsikan bahwa residu dalam model adalah variabel acak, rata-rata nol. Model regresi yang baik bila residualnya berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika p-value lebih besar dari 0,05, data terdistribusi normal. Pada 0,05, data tidak berdistribusi normal (Christy et al., 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah cara digunakan untuk mengidentifikasi tingginya korelasi antara variabel independen pada suatu model. Model bisa dikatakan baik apabila tidak ada korelasi sempurna atau nyaris sempurna antara variabel bebas.

Apabila terjadi multikolinearitas, koefisien korelasi menjadi tidak terkendali dan terjadi kesalahan yang besar (Christy et al., 2018). Multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai variance inflation factor (VIF) atau tolerance. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Christy et al., 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Christy et al., (2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat variansi yang tidak sama dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik di atas scatterplot. Pada grafik scatterplot dapat dilihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik sumbu x dengan sumbu y. Apabila tidak ada pola tertentu antara sumbu x dan sumbu y maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terjadi heterokedastisitas Christy et al., (2018).

3.8.3 Uji Ketepatan Model (Uji Koefisien Determinasi (R^2))

Uji akurasi model digunakan untuk menentukan kekonstanan fungsi regresi sampel. Uji akurasi model digunakan untuk memastikan bahwa fungsi regresi sampel sesuai dengan nilai sebenarnya. Uji untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat disebut uji koefisien determinasi. Koefisien uji ini menunjukkan seberapa baik variabilitas variabel dependen dijelaskan oleh persentase variabilitas variabel independen yang digunakan. Koefisien determinasi R^2 memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi R^2 kecil menunjukkan

bahwa variabel independen yang digunakan dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, akan tetapi jika nilai koefisien determinasi R^2 mendekati 1, maka variabel independen yang digunakan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Jaya, 2018). Nilai untuk koefisien determinasi R^2 diterima jika nilai F hitung jauh di atas 4 (Duli, 2019).

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Lintong et al., 2018) analisis regresi linear berganda adalah regresi dengan satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Sugiyono (2017) persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi variable independent

X_1 = Variabel Kenyamanan

X_2 = Variabel Ketepatan Waktu

X_3 = Variabel Kualitas Pelayanan

ε = standar error

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji Statistik T

Uji T adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Uji-T dapat ditentukan dengan membandingkan t-tabel dan t-hitung. Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Astuti, 2019).

2. Uji Statistik F

Uji-F dapat digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Distribusi nilai-F hanya berjalan ke arah positif. Jika nilai F hitung lebih besar dari 4, maka model yang diuji dengan variabel terpilih sudah sesuai. Uji F dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen secara bersamaan ketika F hitung lebih besar dari F tabel, tetapi tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara bersamaan. H_0 diterima jika tingkat probabilitas (sig) lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Namun, jika tingkat probabilitas (sig) di bawah 0,05 maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara simultan (Astuti, 2019).

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Layanan KRL Commuter Line menjadi objek pertama pada transportasi umum. PT Kereta Commuter Indonesia, anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia, mengoperasikan KRL Commuter Line, sistem transit komuter berbasis rel listrik. KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta merupakan pilihan yang tepat bagi warga yang menginginkan alat transportasi yang memberikan harga relative murah. Sejak resmi beroperasi, tarif KRL Solo-Jogja 2021 belum mengalami perubahan, yakni sebesar Rp. 8.000,00 untuk sekali perjalanan.

Dengan teknik non probability sampling dan pendekatan purposive sampling, diperoleh anggota populasi yaitu pengguna KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran yang menunjukkan hasil sebesar 100 responden. Untuk mengumpulkan data responden diperoleh dengan melakukan penyebaran kuisioner secara online melalui *google form*.

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Hasil pengumpulan data dari 100 responden, didapatkan gambaran umum terkait karakteristik responden yaitu:

4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Dari beberapa data responden yang telah terkumpul, diperoleh data usia responden yang ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4. 1
Usia Responden

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	26	26,0	26,0	26,0
2	73	73,0	73,0	99,0
3	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Hasil analisis pada table 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan kategori 1 rentang usia 11-20 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 26%. Kemudian untuk kategori 2 rentang usia 21-30 tahun berjumlah 73 orang dengan presentase 73%. Dan kategori 3 dengan rentang usia lebih dari 31 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 1%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 21-30 tahun.

4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dari beberapa data responden yang telah terkumpul, diperoleh data jenis kelamin responden yang ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4. 2
Jenis Kelamin Responden

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki – laki	39	39,0	39,0	39,0
Perempuan	61	61,0	61,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa responden jenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang dengan presentase 39%. Sedangkan untuk responden jenis

kelamin perempuan berjumlah 61 orang dengan presentase 61%. Maka dari hasil responden berdasarkan jenis kelamin adalah responden perempuan.

4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili

Hasil pengumpulan data domisili responden dari wilayah Solo Raya dan Yogyakarta yang ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.3
Domisili Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Surakarta	17	17,0	17,0	17,0
Karanganyar	29	29,0	29,0	46,0
Sukoharjo	15	15,0	15,0	61,0
Sragen	2	2,0	2,0	63,0
Valid Boyolali	11	11,0	11,0	74,0
Wonogiri	3	3,0	3,0	77,0
Klaten	19	19,0	19,0	96,0
Yogyakarta	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang berdomisili di Kota Surakarta berjumlah 17 orang dengan presentase 17%. Responden dengan domisili di Kabupaten Karanganyar berjumlah 29 orang dengan presentase 29%. Responden dengan domisili di Kabupaten Sukoharjo berjumlah 15 orang dengan presentase 15%. Responden dengan domisili di Kabupaten Sukoharjo berjumlah 15 orang dengan presentase 15%. Responden dengan domisili di Kabupaten Sragen berjumlah 2 orang dengan presentase 2%. Responden dengan domisili di Kabupaten Boyolali berjumlah 11 orang dengan presentase 11%. Responden dengan domisili di Kabupaten Wonogiri berjumlah 3 orang dengan presentase 3%. Responden

dengan domisili di Kabupaten Klaten berjumlah 19 orang dengan presentase 19%. Responden dengan domisili di Kota Yogyakarta berjumlah 4 orang dengan presentase 4%. Dapat dilihat dari hasil tersebut bahwa Sebagian besar responden berasal dari Kabupaten Karanganyar.

4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Dari beberapa data responden yang telah terkumpul, diperoleh data pekerjaan responden yang ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4. 4
Pekerjaan Responden

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	83	83,0	83,0	83,0
Swasta	8	8,0	8,0	91,0
Wiraswasta	6	6,0	6,0	97,0
PNS	2	2,0	2,0	99,0
Lainnya	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 83 orang dengan presentase 83%. Responden dengan pekerjaan swasta berjumlah 8 orang dengan presentase 8%. Responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 6 orang dengan presentase 6%. Responden dengan pekerjaan PNS berjumlah 2 orang dengan presentase 2%. Responden dengan pekerjaan lain-lain berjumlah 1 orang dengan presentase 1%. Dapat dilihat dari hasil tersebut bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa.

4.3 Karakteristik Berdasarkan Analisis Distribusi Jawaban Responden Skala Likert

Deskripsi karakteristik berdasarkan analisis distribusi jawaban responden skala likert disajikan dalam table :

Tabel 4. 5
Analisis Distribusi Jawaban Responden Variabel Kenyamanan

		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4,42	4,18	4,24
Median		5,00	4,00	4,00
Mode		5	4	4

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan table 4.5 dapat disimpulkan rata-rata tertinggi untuk variable kenyamanan adalah indikator X1 = 4,42 (Pihak KRL Commuter Line selalu menjaga kebersihan di setiap gerbong dan stasiun), X3 = 4,24 (Pihak KRL Commuter Line selalu mengutamakan keamanan di seluruh area stasiun dan di setiap gerbongnya), disusul X2 = 4,18 (Suhu ruangan yang ber AC di setiap gerbong KRL Commuter Line sangat membuat nyaman).

Tabel 4. 6
Analisis Distribusi Jawaban Responden Variabel Ketepatan Waktu

		X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4,16	4,20	4,12
Median		4,00	4,00	4,00
Mode		5	4	4

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan table IV.6 terlihat bahwa rata-rata tertinggi untuk variable ketepatan waktu adalah indikator X2 = 4,20 (Lama perjalanan menggunakan KRL

Commuter Line tepat waktu sesuai jadwal), $X1 = 4,16$ (Informasi yang berkaitan dengan perjalanan KRL Commuter Line diinformasikan tepat waktu), disusul $X3 = 4,12$ (Jadwal pemberangkatan KRL Commuter Line selalu di update sesuai kondisi real di lapangan).

Tabel 4. 7
Analisis Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,47	4,18	3,98	3,98
Median		5,00	4,00	4,00	4,00
Mode		5	4	4	4

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan table 4.7 terlihat bahwa rata-rata tertinggi untuk variable kualitas pelayanan adalah indikator $X1 = 4,47$ (Jasa layanan KRL Commuter Line memberikan pelayanan yang handal dalam bertransportasi), $X2 = 4,18$ (Saya menyadari bahwa pihak KRL Commuter Line selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada penumpang), disusul $X3 = 3,98$ (Petugas KRL Commuter Line selalu ada saat dibutuhkan) dan $X4 = 3,98$ (Petugas KRL Commuter Line ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan)

Tabel 4. 8
Analisis Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan

		Y1.1	Y1.2	Y1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4,37	4,21	3,70
Median		5,00	4,00	4,00
Mode		5	4	4

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan table 4.8 dapat disimpulkan rata-rata tertinggi untuk variable loyalitas pelanggan adalah indikator $X1 = 4,37$ (Saya akan menggunakan kembali jasa layanan KRL), $X2 = 4,21$ (Saya akan merekomendasikan jasa layanan KRL kepada orang lain/keluarga), disusul $X3 = 3,70$ (Saya akan lebih memilih jasa layanan KRL dibandingkan jasa transportasi lain).

4.4 Hasil Uji Instrument

Pengujian instrument sebagai alat untuk mengumpulkan data dan melakukan pengukuran terhadap objek pada variable. Dalam penelitian yang baik harus menghasilkan instrument yang valid serta konsisten untuk memperoleh kesimpulan yang benar.

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada keempat variable yaitu : Kenyamanan (X1), Ketetapan Waktu (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan atau keabsahan suatu kuesioner. Jika pernyataan suatu kuesioner mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur dengan kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Untuk mengetahui data tersebut layak digunakan atau tidak, maka digunakan uji signifikan. Uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan ialah 0,05 (=5%), berarti data tersebut valid apabila memenuhi skor total, begitu pula kebalikannya (Herlina, 2019). Berikut ini adalah Tabel hasil uji validitas:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Nilai <i>r</i> <i>table</i>	Nilai <i>r</i> <i>hitung</i>	Sig.	Ket
1.	Kenyamanan (X1)	X1.1	0,1996	0,816	0,000	Valid
		X1.2		0,858	0,000	Valid
		X1.3		0,849	0,000	Valid
2.	Ketepatan Waktu (X2)	X2.1		0,918	0,000	Valid
		X2.2		0,867	0,000	Valid
		X2.3		0,832	0,000	Valid
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1		0,754	0,000	Valid
		X3.2		0,861	0,000	Valid
		X3.3		0,847	0,000	Valid
		X3.4		0,883	0,000	Valid
4	Loyalitas Pelanggan (Y1)	Y1.1		0,869	0,000	Valid
		Y1.2		0,863	0,000	Valid
		Y1.3	0,716	0,000	Valid	

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 variable kenyamanan, ketepatan model, dan kualitas pelayanan, keseluruhan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan sudah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu pengujian mengenai dapat atau tidaknya alat pengukuran stabil, mantap, konsisten. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, jika nilai *Cronbach Alpha* variabel lebih besar dari 0.70 dapat disimpulkan instrumen kuisioner tersebut reliabel (Astuti, 2019). Berikut ini adalah Tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ambang Batas	Keterangan
1.	Kenyamanan	0,793	0,70	Reliabel
2.	Ketepatan Waktu	0,844	0,70	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan	0,858	0,70	Reliabel
4.	Loyalitas Pelanggan	0,747	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih tinggi dari standar ketentuan (0,70). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari variabel tersebut sudah reliabel (konsisten atau stabil dari waktu ke waktu).

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji model regresi, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Residu biasa mengasumsikan bahwa residu dalam model adalah variabel acak, rata-rata nol. Model regresi yang baik bila residualnya berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika p-value lebih besar dari 0,05, data terdistribusi normal. Pada 0,05, data tidak berdistribusi normal (Christy et al., 2018). Berikut ini adalah Tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23099944
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,041
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,601
Asymp. Sig. (2-tailed)		,862

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai p-value sebesar $0,862 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi yang tinggi dalam setiap variabel bebas. Dalam penelitian ini mengacu pada nilai VIF (Variance Inflation Factor) sebagai alat statistik. Model dikatakan tidak memiliki masalah multikolinearitas apabila nilai VIF tidak melebihi 10 dan nilai Tolerance tidak kurang 0,1. Nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka tidak ada multikolinearitas. Namun apabila silat tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka terdapat multikolincaritas (Christy, 2018). Hasil untuk uji multikolinearitas dapat dilihat dalam table 4.12 berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinearitas

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kenyamanan	.308	3.243
	Ketetapan Waktu	.311	3.210
	Kualitas Pelayanan	.411	2.435

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

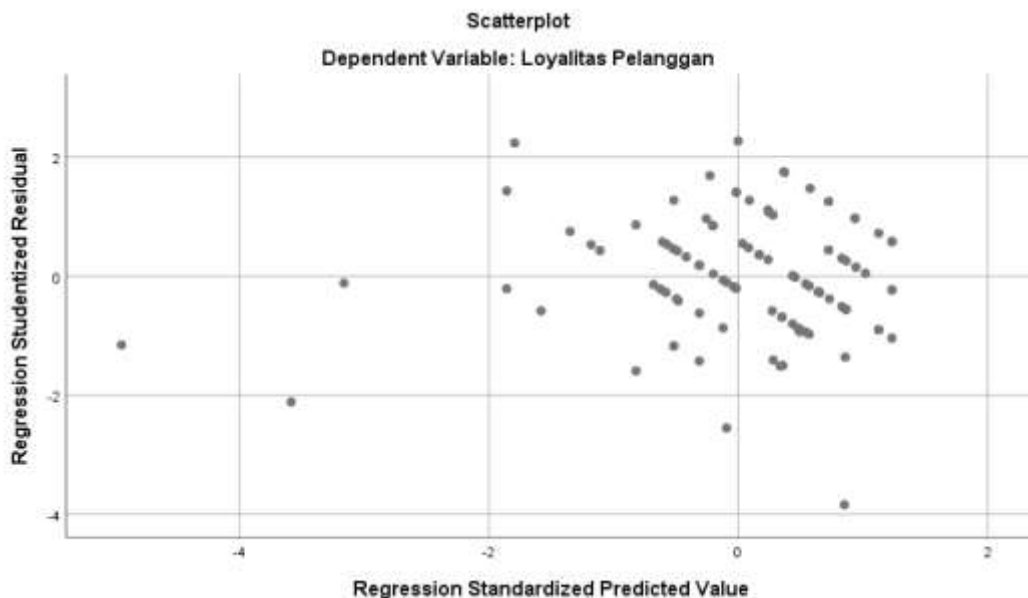
Sumber: data primer diolah, 2023

Data Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas yang artinya tidak ditemukan adanya korelasi antar variable independent.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini untuk mengetahui heterokedastisitas, yaitu dengan melihat grafik scatterplot. Apabila titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan menyebar di sekitar angka 0, maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi (Ghozali, 2013).

Berikut adalah gambar hasil uji heterokedastisitas :



Gambar 4. 1
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Gambar 4.1 yaitu gambar scatterplot, kesimpulan yang dapat diambil yaitu tidak ada unsur heterokedastisitas. Hal ini dikarenakan titik-titik menyebar luas di atas dan di bawah angka 0 serta tidak membentuk suatu pola tertentu.

4.6 Hasil Uji Ketetapan Model

Uji ketetapan model digunakan untuk menentukan kekonstanan fungsi regresi sampel. Uji akurasi model digunakan untuk memastikan bahwa fungsi regresi sampel sesuai dengan nilai sebenarnya. Uji untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat disebut uji koefisien determinasi. Koefisien uji ini menunjukkan seberapa baik variabilitas variabel dependen dijelaskan oleh persentase variabilitas variabel independen yang digunakan. Nilai koefisien determinasi R² berkisar antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi R² yang

kecil menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel dependen sangat terbatas. Namun, variabel independen sangat terbatas ketika koefisien determinasi R² mendekati 1. Teknologi yang digunakan dapat menyediakan data maka variabel independen yang digunakan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Jaya, 2018). Nilai untuk koefisien determinasi R² diterima jika nilai F hitung jauh di atas 4 (Duli, 2019). Berikut ini adalah Tabel Uji Ketepatan Model:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Ketepatan Model

Model		Adjusted R Square
1	Regression	0,625
	Residual	
	Total	

Predictors: (Constant),
KUALITAS_PELAYANAN,
KETEPATAN_WAKTU,
KENYAMANAN

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat besarnya *adjusted R square* sebesar 0,625. Artinya variabel kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 62,5% sedangkan sisanya 37,5% variasi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati.

4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Lintong et al., (2018) analisis regresi linear berganda adalah regresi dengan satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut adalah Tabel hasil uji regresi:

Tabel 4. 14
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,719	,848		2,027	,045
	Kenyamanan	,310	,113	,303	2,729	,008
	Ketepatan Waktu	,299	,100	,330	2,990	,004
	Kualitas Pelayanan	,172	,070	,237	2,470	,015

a. Dependent Variable: LOYALITAS_PELANGGAN

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa nilai *standardized coefficients* variabel kenyamanan (X1) = 0,303, variabel ketepatan waktu (X2) = 0,330, dan variabel kualitas pelayanan (X3) = 0,237, sehingga angka koefisien regresi tersebut dapat dimasukkan kedalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$Y_1 = \alpha + 0,310X_1 + 0,299X_2 + 0,172X_3 + \varepsilon$$

1. Nilai konstanta loyalitas pelanggan (Y) sebesar 1.719 menyatakan bahwa jika variable X1, X2, X3 sama dengan 0 yaitu kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan, maka nilai loyalitas pelanggan s,klebesar 1.719.
2. Koefisien regresi kenyamanan (X1) sebesar 0.310 menyatakan bahwa jika variable keyamanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan 0.310 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X1 sebesar 1 satuan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan 0.310 dengan asumsi variable bebas lainnya bernilai konstan.

3. Koefisien regresi ketepatan waktu (X2) sebesar 0.299 menyatakan bahwa variable ketepatan waktu meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan 0.299 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X2 sebesar 1 maka akan menurunkan loyalitas pelanggan 0.299 dengan asumsi variable bebas lainnya bernilai konstan.

4. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X3) sebesar 0.172 menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan 0.172 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X3 sebesar 1 maka akan menurunkan loyalitas pelanggan 0.172 dengan asumsi variable bebas lainnya bernilai konstan.

Dari hasil persamaan regresi diketahui bahwa variable kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4.8 Hasil Uji Hipotesis

4.8.1 Uji T

Uji T adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Uji-T dapat ditentukan dengan membandingkan t-tabel dan t-hitung. Ketika t hitung $>$ t tabel dan sig $<$ 0,05 maka H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Astuti, 2019). Berikut ini adalah Tabel hasil uji hipotesis:

Tabel 4. 15
Hasil Uji T

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,027	,045
	Kenyamanan	2,729	,008
	Ketepatan Waktu	2,990	,004
	Kualitas Pelayanan	2,470	,015

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.15 terlihat nilai t hitung dari masing-masing variable. Jumlah t hitung kemudian dibandingkan dengan nilai t table. Nilai t table diperoleh dari $df = (n-k-1) = 96$ dengan signifikan 0,05 adalah 1.98498. Sedangkan nilai t hitung untuk variable kenyamanan (X1) sebesar 2.729. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t hitung > t table (2.729>1.984). Sedangkan nilai signifikan 0,008 < 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 1 (H1) dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan, kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk variable ketepatan waktu (X2) nilai t hitung adalah 2.990. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t hitung > t table (2.990>1.984), sedangkan nilai signifikan 0,004 < 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 2 (X2) dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 2.470. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t hitung > t table (2.470>1.984), sedangkan nilai signifikan 0,015 < 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 3 (X3) dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.8.2 Uji F

Uji-F dapat digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai F hitung lebih besar dari 4, maka model yang diuji dengan variabel terpilih sudah benar. Distribusi nilai-F hanya berjalan ke arah positif. Uji F dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen secara bersamaan ketika F hitung lebih besar dari F tabel, tetapi tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara bersamaan. Jika tingkat probabilitas ($\text{sig } t$) > 0.05 maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara simultan, namun jika tingkat probabilitas ($\text{sig } t$) < 0.05 maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh antara variabel independen dan dependen secara simultan (Astuti, 2019). Berikut adalah table hasil uji F :

Tabel 4. 16
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262,139	3	87,380	55,915	,000 ^b
	Residual	150,021	96	1,563		
	Total	412,160	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Kenyamanan

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.16, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $55,915 > F$ tabel sebesar 2,70 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel

independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka model layak untuk digunakan.

4.9 Pembahasan Analisis Data

Penjelasan pengujian hipotesis dari hasil pengolahan data tentang “Pengaruh Kenyamanan, Ketepatan waktu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta” antara lain :

4.9.1 Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terbukti dari hasil nilai t hitung $>$ t table ($2.729 > 1.984$). Sedangkan nilai signifikan $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas KRL Commuter Solo-Yogyakarta.

Kemudian nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kenyamanan yang diciptakan oleh jasa layanan KRL Commuter maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa layanan KRL Commuter Solo-Yogyakarta. Ketika pelanggan sudah merasakan kenyamanan dalam penggunaan, maka pelanggan akan menggunakan kembali jasa layanan KRL Commuter Line.

Hasil uji deskriptif variable berdasarkan jawaban responden skala likert pada pernyataan pertama KRL Commuter Line selalu menjaga kebersihan di setiap gerbong dan stasiun dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 53 responden memilih sangat setuju, sebanyak 41 responden memilih setuju, sebanyak 3 responden memilih netral, sebanyak 1 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 2 responden memilih sangat tidak setuju.

Kemudian pada pernyataan kedua suhu ruangan yang ber AC di setiap gerbong KRL Commuter Line sangat membuat nyaman pelanggan dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 36 responden memilih sangat setuju, sebanyak 51 responden memilih setuju, sebanyak 9 responden memilih netral, sebanyak 3 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga Pihak KRL Commuter Line selalu mengutamakan keamanan di seluruh area stasiun dan di setiap gerbongnya dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 42 responden memilih sangat setuju, sebanyak 43 responden memilih setuju, sebanyak 13 responden memilih netral, sebanyak 1 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju pada pernyataan kenyamanan. Pada pernyataan pertama mayoritas responden setuju bahwa pihak KRL Commuter Line selalu menjaga kebersihan di setiap gerbong dan stasiun. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,42. Mayoritas responden pada pernyataan kedua setuju bahwa suhu ruangan yang ber AC di setiap gerbong KRL Commuter Line sangat membuat nyaman pelanggan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,18. Mayoritas responden pada pernyataan ketiga setuju bahwa Pihak KRL Commuter Line selalu mengutamakan keamanan di seluruh area stasiun dan di setiap gerbongnya. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,24.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mayumartiana et al., (2019) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi udara Indonesia Maskapai AirAsia. Hasil penelitian serupa juga dilaporkan oleh Rahmani (2022) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan di Kolektif Co-Working Space di Palagan Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.9.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini membuktikan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terbukti dari hasil nilai t hitung $>$ t table ($2.990 > 1.984$), sedangkan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Ketepatan waktu yang semakin baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat ketepatan waktu perjalanan KRL Commuter Line maka akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa layanan KRL Commuter Line.

Hasil uji deskriptif variable berdasarkan jawaban responden skala likert pada pernyataan pertama informasi yang berkaitan dengan perjalanan KRL Commuter Line diinformasikan tepat waktu dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 42 responden memilih sangat setuju, sebanyak 39 responden memilih setuju, sebanyak 15 responden memilih netral, sebanyak 1 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 3 responden memilih sangat tidak setuju.

Kemudian pada pernyataan kedua Lama perjalanan menggunakan KRL Commuter Line tepat waktu sesuai jadwal dari 100 responden dengan jumlah

sebanyak 40 responden memilih sangat setuju, sebanyak 45 responden memilih setuju, sebanyak 11 responden memilih netral, sebanyak 3 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Lalu pada pernyataan ketiga jadwal pemberangkatan KRL Commuter Line selalu di update sesuai kondisi real di lapangan dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 35 responden memilih sangat setuju, sebanyak 46 responden memilih setuju, sebanyak 16 responden memilih netral, sebanyak 2 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju pada indikator ketepatan waktu. Pada indikator pertama mayoritas setuju bahwa informasi yang berkaitan dengan perjalanan KRL Commuter Line diinformasikan tepat waktu. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,16. Lalu mayoritas responden pada indikator kedua setuju bahwa Lama perjalanan menggunakan KRL Commuter Line tepat waktu sesuai jadwal. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,20. Dan mayoritas responden pada indikator ketiga setuju bahwa jadwal pemberangkatan KRL Commuter Line selalu di update sesuai kondisi real di lapangan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,12.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon et al., (2020) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi. Kemudian penelitian juga sejalan dengan penelitian Zahra et al., (2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express di Kota Serang.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terbukti dari hasil t hitung $>$ t table ($2.470 > 1.984$), sedangkan nilai signifikan $0,015 < 0,05$. Kualitas pelayanan yang semakin baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tingkat tingkat pelayanan yang diberikan oleh jasa layanan KRL Commuter Line, maka akan semakin tinggi juga loyalitas pelanggan dalam menggunakan kembali jasa layanan KRL Commuter Line.

Hasil uji deskriptif variable berdasarkan jawaban responden skala likert pada pernyataan pertama Jasa layanan KRL Commuter Line memberikan pelayanan yang handal dalam bertransportasi dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 62 responden memilih sangat setuju, sebanyak 26 responden memilih setuju, sebanyak 10 responden memilih netral, sebanyak 1 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Kemudian pada pernyataan kedua pelanggan menyadari bahwa pihak KRL Commuter Line selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada penumpang dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 38 responden memilih sangat setuju, sebanyak 47 responden memilih setuju, sebanyak 11 responden memilih netral, sebanyak 3 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Lalu pada pernyataan ketiga petugas KRL Commuter Line selalu ada saat dibutuhkan dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 30 responden memilih

sangat setuju, sebanyak 42 responden memilih setuju, sebanyak 25 responden memilih netral, sebanyak 2 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 1 responden memilih sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat petugas KRL Commuter Line ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan dari 100 responden dengan jumlah sebanyak 28 responden memilih sangat setuju, sebanyak 50 responden memilih setuju, sebanyak 16 responden memilih netral, sebanyak 4 responden memilih tidak setuju, dan sebanyak 2 responden memilih sangat tidak setuju.

Artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju pada indikator kualitas pelayanan. Pada indikator pertama mayoritas setuju bahwa Jasa layanan KRL Commuter Line memberikan pelayanan yang handal dalam bertransportasi. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,47. Lalu mayoritas responden pada indikator kedua setuju bahwa pelanggan menyadari bahwa pihak KRL Commuter Line selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada penumpang. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,18. Kemudian mayoritas responden setuju pada indikator ketiga setuju bahwa petugas KRL Commuter Line selalu ada saat dibutuhkan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,98. Dan mayoritas responden setuju pada indikator keempat bahwa petugas KRL Commuter Line ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,98.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Masruroh (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Firmasyah & Prihandono (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor terbentuknya loyalitas pelanggan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang didapat mengenai pengaruh kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan analisis uji F, menunjukkan bahwa kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Solo-Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($55.915 > 2.69$).
2. Nilai t hitung variabel kenyamanan (X1) sebesar 2,729. Dari nilai tersebut diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel (2.729 lebih besar dari 1.984) dan nilai signifikansinya adalah 0,008 bukan 0,05. Dengan demikian, Hipotesis 1 (H1) dapat diterima. Ini berarti bahwa kenyamanan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Nilai t hitung untuk variabel ketetapan waktu (X2) adalah 2,990. Dari nilai tersebut terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel (2990 lebih besar dari 1984), dan nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Hipotesis 2 (H2) dapat diterima. Ini berarti bahwa ketepatan waktu memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai thitung sebesar 2,470. Dari nilai tersebut diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,470 lebih besar dari 1,984) dan nilai signifikan 0,015 lebih kecil dari 0,05. Dengan

demikian, Hipotesis 3 (H3) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

5. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, dilihat dari nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 62,5% artinya kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya 37,5%, dipengaruhi oleh variable lain di luar model penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penyusunan skripsi ini penulis sadar bahwa masih terdapat banyak kekurangan, karena terdapat beberapa keterbatasan antara lain :

1. Penyebaran kuisioner secara online kurang efektif karena kurangnya pengawasan saat melakukan pengisian pertanyaan dalam kuisioner.
2. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, sementara penelitian ini hanya melibatkan tiga variable saja.
3. Terbatasnya waktu dan kemampuan peneliti, sehingga hasil penelitian hanya dapat disajikan secara deskriptif.

5.3 Saran

Saran dari penulis untuk seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu :

1. Jasa layanan KRL Commuter Line hendaknya lebih memperhatikan tingkat kenyamanan, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan karena hal ini sesuai dengan hasil penelitian yaitu berpengaruh pada loyalitas pelanggan KRL Commuter Line.

2. Berdasarkan hasil penelitian, pihak jasa layanan KRL Commuter Line disarankan untuk tetap menjaga suhu ruangan yang ber AC, selalu menjaga kebersihan di setiap gerbong dan stasiun, dan selalu mengutamakan keamanan di seluruh area stasiun dan di setiap gerbong untuk menjaga kenyamanan pelanggan guna peningkatan loyalitas pelanggan,
3. Berdasarkan hasil penelitian, pihak jasa layanan KRL Commuter Line disarankan untuk menambah fasilitas tempat duduk pelanggan menghindari keadaan yang berdesak-desakan.
4. Berdasarkan hasil penelitian, pihak jasa layanan KRL Commuter Line disarankan untuk tetap menjaga ketepatan waktu dalam mengatur jadwal pemberangkatan KRL Commuter Line secara update sesuai kondisi real di lapangan, menjaga ketepatan waktu perjalanan KRL, dan menjaga ketepatan waktu dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan perjalanan.
5. Berdasarkan hasil penelitian, banyaknya pelanggan yang masih berdesak-desakan saat menggunakan jasa layanan KRL Commuter Line disarankan untuk menambah waktu perjalanan kereta.
6. Jasa layanan KRL Commuter Line disarankan untuk membenahi beberapa permasalahan pada kualitas pelayanan yang berbeda antara satu stasiun dengan lainnya. Salah satunya adalah pelayanan penumpang yang masih berdesak-desakan saat menggunakan KRL dengan menambah waktu perjalanan maupun penambahan gerbong.

7. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan seperti lokasi, e-servis quality, dan kepuasan pelanggan.
8. Diharapkan penelitian yang akan datang dapat menciptakan perangkat penelitian yang lebih maju dan memperluas cakupan objek penelitian sehingga menghasilkan temuan yang lebih bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Azizan, N. S., & Yusr, M. M. (2019). The Influence Of Customer Satisfaction, Brand Trust, And Brand Image Towards Customer Loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Managenment Practices*, 2(7), 93–108. <https://doi.org/10.35631/ijemp.270010>
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari.
- Budiastri. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 87-106.
- Christy, Y.-., S.-., & P, C. (2018). Pengaruh Komitmen Organisasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior . *Jurnal Akuntansi* .
- Cynthia Agatha, A. T. (2019). Pngaaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA*.
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 16.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kelima. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Granstrom, R. (2008). Management of Condition Informastion From Railway Punctuality Perspectives.
- Granstrom, R. (2008). Management of Condotion information from Railway Punctuality Perspective. *Doctoral Thesis*.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.

- Hasanah, S. M. (2018). Pengaruh Pelayanan, Tata Letak, Dan kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomart Di Jalan Pakisan Bondowoso. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Hutapea, M. S. (2020). Pertanggungjawaban Perusahaan Ojek Online DI Indonesia Terhadap Keamanan, Keselamatan, Dan Kenyamanan Konsumen. *Fakultas Hukum Universitas Jember*, 47.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*.
- Kotler, & Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran. *Edisi Tiga Belas*.
- Kotler, P. (1994). Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.
- Kristanto, H. (2015). Keadilan organisasional, komitmen organisasional, dan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, VOL. 17. NO.1. pp. 86–98.
- Lupiyoadi, r. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa.
- Maskuri, M. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Bahan Terhadap Kepuasan Konsumen Muara Krispi di Jakarta. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 19 (3).
- Masruroh, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Keragaman Produk Dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Bandara Motor Brangkal Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 43-45.
- Mayumartiana, T., Aulia, A., Octora, Y., & Setiawan, E. B. (n.d.). *The Effect of Price Fairness and Service Convenience on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study: Indonesia AirAsia)*.
- Prasetyo, A. Y., & Haryono, A. (2017). Pengaruh Corporate Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Management*.
- Putra, A. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.2.

- Rahmani, A. P. (2022). Pengaruh Kenyamanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Salsabilah, F. B. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan, Citra perusahaan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta rel listrik. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*.
- Sanjaya, L. J., & Sawitri, D. R. (2017). Hubungan Antara Kenyamanan Dengan Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-jek Di Semarang. *Jurnal Empati*, 149-156.
- Sugiarsih, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sunarto. (2009). Manajemen Pemasaran. *Aditya Medika*.
- Tampubolon, M., Jannah, M., Gultom, R., & Sibarani, H. J. (2020a). Pengaruh Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Daya Beli Masyarakat terhadap Loyalitas Menggunakan Jasa Transportasi Bus pada PT. Atlas. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 566–576. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.363>
- Wati, R., & Alam, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, Volume 1 No.9.
- Zahra, S., Tirta, Y. A. D., & Khoironi, T. A. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Shopee Express Di Kota Serang. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 2(1), 109–122. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.71>
- Zahedi, F., & Song, J. (2008). Dynamics of Trust Revision : Using Health Infomediaries. *Journal of management Information Systems*, 225-248.

Zefri, & Maharani. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan KRL Commuter Line Di Stasiun Bekasi. *Jurnal Ilmial Plano Krisna*.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Jadwal Penelitian

No.	Bulan	Jan-23				Feb-23				Mar-23				Apr-23			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	√	√	√	√												
2	Konsultasi dan Revisi	√	√	√	√		√					√	√	√			
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal							√									
4	Ujian Seminar Proposal										√						
5	Pengumpulan Data												√	√	√		
6	Analisis Data														√		
7	Penulisan Akhir Naskah Skripsi														√		
8	Pendaftaran Ujian Munaqosah																
9	Ujian Munaqosah																
11	Revisi Skripsi																

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Nurul Fajrianti mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “*Pengaruh Kenyamanan, Ketepatan Waktu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KRL Solo-Yogyakarta*”. Setiap informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesedian Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Penulis



(Nurul Fajrianti)

A. Identitas Responden

Identitas Responden [Isilah dengan tanda ceklis (√)]

Nama :

Jenis Kelamin : laki-laki Perempuan

Domisili :

Usia :

Jenis Pekerjaan :

Apakah anda pernah menggunakan jasa layana KRL Commuter Line minimal lima

kali : Ya Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Anda dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang sesuai
- Isilah semua kuesioner ini dan mohon jangan ada yang terlewatkan.
- Keterangan Kuesioner

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

C. Daftar Pertanyaan

Isilah pernyataan berikut dengan memberikan tanda (√) pada kolom.STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju).

PERNYATAAN:

KUESIONER KENYAMANAN						
Menurut Utami (2016) Kenyamanan adalah perasaan aman para konsumen atas pelayanan yang baik kepada pelanggan yang diberikan oleh bandara, yang dapat berupa perasaan senang yang dirasakan para konsumen atas jasa yang mereka dapatkan berupa pendingin ruangan AC, lingkungan yang bersih, sejuk dan nyaman.						
No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Kebersihan						
1	Pihak KRL Commuter Line selalu menjaga kebersihan di setiap gerbong dan stasiun					
Suhu ruang						
1	Suhu ruangan yang ber AC di setiap gerbong KRL Commuter Line sangat membuat nyaman.					

Keamanan						
1	Pihak KRL Commuter Line selalu mengutamakan keamanan di seluruh area stasiun dan di setiap gerbongnya.					

KUESIONER KETEPATAN WAKTU						
Menurut Choril & Ghozali (2001) ketepatan waktu adalah suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan.						
No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Ketepatan informasi transportasi.						
1	Informasi yang berkaitan dengan perjalanan KRL Commuter Line diinformasikan tepat waktu.					
Perjalanan yang dibutuhkan tepat waktu.						

1	Lama perjalanan menggunakan KRL Commuter Line tepat waktu sesuai jadwal.					
Jadwal pemberangkatan tepat waktu.						
1	Jadwal pemberangkatan KRL Commuter Line selalu di update sesuai kondisi real di lapangan.					

KUESIONER KUALITAS PELAYANAN						
Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan (Tjiptono, 2017).						
No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Reability (Keandalan)						
1	Jasa layanan KRL Commuter Line memberikan pelayanan					

	yang handal dalam bertransportasi.					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
1	Saya menyadari bahwa pihak KRL Commuter Line selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada penumpang.					
Assurance (Kepastian)						
1	Petugas KRL Commuter Line selalu ada saat dibutuhkan.					
Emphaty (Empati)						
1	Petugas KRL Commuter Line ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan.					

KUESIONER LOYALITAS PELANGGAN

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2012).

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Melakukan Pembelian Secara Berulang dan Teratur						
1	Saya akan menggunakan Kembali jasa layanan KRL					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain						
1	Saya akan merekomendasikan jasa layanan KRL kepada orang lain/keluarga.					
Menunjukkan kekebalan terhadap promosi pesaing						
1	Saya akan lebih memilih jasa layanan KRL di bandingkan jasa transportasi lain.					

Lampiran 3

Tabulasi Data

1. Kenyamanan

No. Responden	K1	K2	K3.	SKOR TOTAL
1	5	5	4	14
2	5	4	4	13
3	5	5	5	15
4	4	4	5	13
5	5	3	4	12
6	5	5	4	14
7	5	5	5	15
8	4	4	3	11
9	4	5	5	14
10	4	4	5	13
11	5	4	4	13
12	4	3	3	10
13	4	4	4	12
14	4	4	5	13
15	5	3	4	12
16	4	5	4	13
17	5	5	5	15
18	4	5	5	14
19	5	5	4	14
20	5	4	5	14
21	5	5	5	15
22	5	5	4	14
23	5	3	4	12
24	5	5	5	15
25	4	4	4	12
26	5	5	5	15
27	5	4	5	14
28	4	5	5	14
29	5	5	5	15
30	4	4	4	12
31	5	4	4	13
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	4	5	4	13
35	5	4	5	14

36	4	5	5	14
37	5	5	5	15
38	5	4	5	14
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	5	4	5	14
42	4	4	5	13
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	5	5	14
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	4	5	4	13
49	5	4	5	14
50	5	4	4	13
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	4	4	3	11
54	4	3	3	10
55	2	2	2	6
56	4	4	3	11
57	4	4	5	13
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	5	4	5	14
62	3	5	5	13
63	4	4	3	11
64	4	4	4	12
65	5	5	5	15
66	5	4	3	12
67	1	2	3	6
68	5	5	5	15
69	4	5	4	13
70	5	4	4	13
71	5	5	4	14
72	5	4	4	13
73	5	5	5	15
74	5	4	5	14
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	5	4	4	13
78	5	5	5	15
79	4	4	4	12
80	3	3	3	9

81	4	3	4	11
82	5	5	5	15
83	5	5	4	14
84	5	4	4	13
85	5	3	3	11
86	5	4	5	14
87	4	4	5	13
88	4	2	5	11
89	4	5	4	13
90	5	4	4	13
91	5	4	4	13
92	4	4	4	12
93	3	3	3	9
94	5	5	5	15
95	5	4	4	13
96	4	4	3	11
97	4	4	4	12
98	1	1	1	3
99	5	4	3	12
100	5	4	4	13

2. Ketetapan Waktu

No.Responden	KW.1	KW.2	KW.3	SKOR TOTAL
1	5	4	5	14
2	4	4	4	12
3	5	5	5	15
4	4	4	3	11
5	3	4	3	10
6	4	5	4	13
7	4	4	4	12
8	5	4	3	12
9	4	4	4	12
10	5	5	4	14
11	5	5	4	14
12	4	4	4	12
13	5	4	4	13
14	4	4	5	13
15	4	4	4	12
16	4	5	4	13
17	5	5	3	13
18	5	4	5	14
19	5	4	5	14

20	5	5	5	15
21	5	3	5	13
22	5	5	5	15
23	4	5	3	12
24	5	5	5	15
25	4	4	3	11
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	4	4	4	12
29	5	4	4	13
30	3	3	3	9
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	5	5	5	15
34	5	3	3	11
35	5	5	5	15
36	4	4	5	13
37	5	5	5	15
38	5	4	4	13
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	4	5	4	13
44	3	4	3	10
45	4	4	4	12
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	4	3	5	12
49	5	4	5	14
50	3	3	4	10
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	3	2	4	9
54	2	3	4	9
55	1	2	2	5
56	3	4	4	11
57	4	4	4	12
58	4	3	4	11
59	5	5	4	14
60	4	4	4	12
61	4	5	3	12
62	5	5	5	15
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12

65	4	5	5	14
66	3	3	4	10
67	1	2	2	5
68	5	5	4	14
69	4	4	4	12
70	3	4	4	11
71	5	5	4	14
72	3	4	4	11
73	5	5	5	15
74	5	5	4	14
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	4	5	4	13
79	4	4	4	12
80	3	3	3	9
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	4	5	5	14
84	4	4	4	12
85	5	5	3	13
86	5	5	5	15
87	4	5	5	14
88	4	5	3	12
89	5	4	5	14
90	3	4	4	11
91	4	4	3	11
92	5	5	5	15
93	3	3	3	9
94	5	5	5	15
95	5	5	4	14
96	3	4	4	11
97	5	4	5	14
98	1	1	1	3
99	5	5	5	15
100	3	4	4	11

3. Kualitas Pelayanan

No. Responden	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	SKOR TOTAL
1	3	4	5	4	16
2	5	5	3	4	17
3	3	4	3	3	13

4	5	4	4	4	17
5	5	5	5	5	20
6	5	5	4	5	19
7	5	5	4	5	19
8	5	3	3	2	13
9	5	5	5	5	20
10	5	4	5	4	18
11	4	4	4	4	16
12	5	5	4	4	18
13	5	5	4	4	18
14	5	4	4	4	17
15	4	4	5	4	17
16	4	4	5	4	17
17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	4	17
19	5	4	4	3	16
20	5	4	5	5	19
21	5	5	5	5	20
22	5	5	4	4	18
23	5	4	3	5	17
24	4	5	5	5	19
25	5	4	4	3	16
26	5	5	5	5	20
27	4	5	4	4	17
28	4	4	3	4	15
29	5	5	4	4	18
30	5	3	3	2	13
31	4	4	4	4	16
32	5	4	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	3	4	3	3	13
35	5	4	5	4	18
36	5	4	4	4	17
37	5	5	4	4	18
38	4	5	5	5	19
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	5	4	4	4	17
42	5	5	4	4	18
43	5	4	5	3	17
44	5	4	3	4	16
45	5	5	4	4	18
46	5	4	5	4	18
47	4	4	4	4	16
48	5	4	4	5	18

49	5	5	5	5	20
50	5	4	3	4	16
51	4	4	4	4	16
52	5	5	5	5	20
53	3	2	3	1	9
54	3	4	4	4	15
55	3	3	3	3	12
56	3	3	3	3	12
57	4	4	4	4	16
58	5	4	5	4	18
59	5	5	5	5	20
60	4	3	3	4	14
61	5	3	5	5	18
62	5	5	5	5	20
63	4	4	3	4	15
64	4	4	4	4	16
65	5	4	4	4	17
66	5	4	4	4	17
67	2	2	2	2	8
68	5	5	4	5	19
69	5	3	3	4	15
70	4	4	3	3	14
71	5	5	5	5	20
72	4	4	3	3	14
73	5	5	4	5	19
74	4	4	4	5	17
75	4	4	4	4	16
76	5	5	5	4	19
77	4	5	4	4	17
78	5	4	3	3	15
79	4	4	3	4	15
80	3	3	3	3	12
81	5	2	2	2	11
82	5	5	5	5	20
83	4	5	4	5	18
84	5	4	4	4	17
85	5	5	5	4	19
86	4	5	5	5	19
87	5	4	4	4	17
88	3	4	3	3	13
89	5	5	3	4	17
90	5	5	4	4	18
91	5	4	4	4	17
92	5	4	4	3	16
93	3	3	3	3	12

94	5	5	5	5	20
95	4	3	3	4	14
96	5	3	5	4	17
97	5	5	4	5	19
98	1	1	1	1	4
99	4	5	4	3	16
100	4	4	3	3	14

4. Loyalitas Pelanggan

No.Responden	LP.1	LP.2	LP.3	SKOR TOTAL
1	5	4	3	12
2	5	4	3	12
3	5	5	2	12
4	4	5	4	13
5	5	5	3	13
6	5	4	3	12
7	5	5	5	15
8	4	5	3	12
9	4	4	4	12
10	4	4	5	13
11	5	5	4	14
12	4	3	4	11
13	4	5	4	13
14	4	4	5	13
15	5	4	4	13
16	4	5	4	13
17	5	5	3	13
18	4	4	4	12
19	5	5	3	13
20	5	5	5	15
21	5	5	4	14
22	5	5	4	14
23	5	5	3	13
24	5	4	4	13
25	4	4	3	11
26	5	5	3	13
27	5	5	5	15
28	4	4	4	12
29	5	4	4	13
30	4	4	3	11
31	5	4	3	12
32	5	5	5	15
33	5	5	4	14

34	4	4	3	11
35	5	5	3	13
36	4	4	3	11
37	5	5	4	14
38	5	5	3	13
39	4	4	3	11
40	5	5	5	15
41	5	5	4	14
42	4	5	4	13
43	4	4	4	12
44	4	4	3	11
45	4	5	2	11
46	4	4	4	12
47	4	3	3	10
48	4	5	5	14
49	5	5	3	13
50	5	4	3	12
51	4	4	4	12
52	5	5	4	14
53	4	4	4	12
54	4	4	3	11
55	2	2	3	7
56	4	4	3	11
57	4	4	3	11
58	5	4	3	12
59	4	3	5	12
60	4	4	4	12
61	5	5	4	14
62	3	3	3	9
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	5	4	4	13
66	5	4	3	12
67	1	1	2	4
68	5	5	4	14
69	5	4	5	14
70	5	5	3	13
71	5	4	3	12
72	3	3	4	10
73	4	5	4	13
74	5	4	4	13
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	5	5	4	14
78	4	4	3	11

79	4	4	4	12
80	3	3	3	9
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	5	4	4	13
84	5	5	4	14
85	5	5	5	15
86	5	5	5	15
87	4	4	4	12
88	4	3	2	9
89	5	4	3	12
90	3	3	3	9
91	4	4	4	12
92	5	3	5	13
93	4	4	3	11
94	5	5	5	15
95	5	3	5	13
96	4	4	3	11
97	5	5	5	15
98	1	1	1	3
99	5	5	4	14
100	3	3	4	10

Lampiran 4

OUTPUT SPSS

HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	SKOR_TOT AL
X1.1	Pearson Correlation	1	,543**	,521**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,543**	1	,619**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,521**	,619**	1	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
SKOR_TOT AL	Pearson Correlation	,816**	,858**	,849**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Variabel Ketetapan Waktu

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	SKOR_TOT AL
X2.1	Pearson Correlation	1	,732**	,651**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,732**	1	,544**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,651**	,544**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
SKOR_TOT AL	Pearson Correlation	,918**	,867**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	SKOR_TO TAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,533**	,504**	,513**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,533**	1	,626**	,726**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,504**	,626**	1	,694**	,847**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,513**	,726**	,694**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
SKOR_TOT TAL	Pearson Correlation	,754**	,861**	,847**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	SKOR_TOT AL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,755**	,383**	,869**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,755**	1	,357**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,383**	,357**	1	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
SKOR_TOT AL	Pearson Correlation	,869**	,863**	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8,42	2,044	,591	,765
X1.2	8,66	1,883	,667	,685
X1.3	8,60	1,919	,649	,704

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketetapan Waktu

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,32	2,099	,787	,705
X2.2	8,28	2,527	,708	,785
X2.3	8,36	2,677	,645	,842

3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	12,14	5,172	,582	,865
X3.2	12,43	4,611	,746	,801

X3.3	12,63	4,579	,716	,813
X3.4	12,63	4,296	,770	,789

4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7,91	1,941	,690	,527
Y1.2	8,07	1,904	,663	,554
Y1.3	8,58	2,408	,395	,860

Lampiran 5

OUTPUT SPSS

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23099944
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,041
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,601
Asymp. Sig. (2-tailed)		,862

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

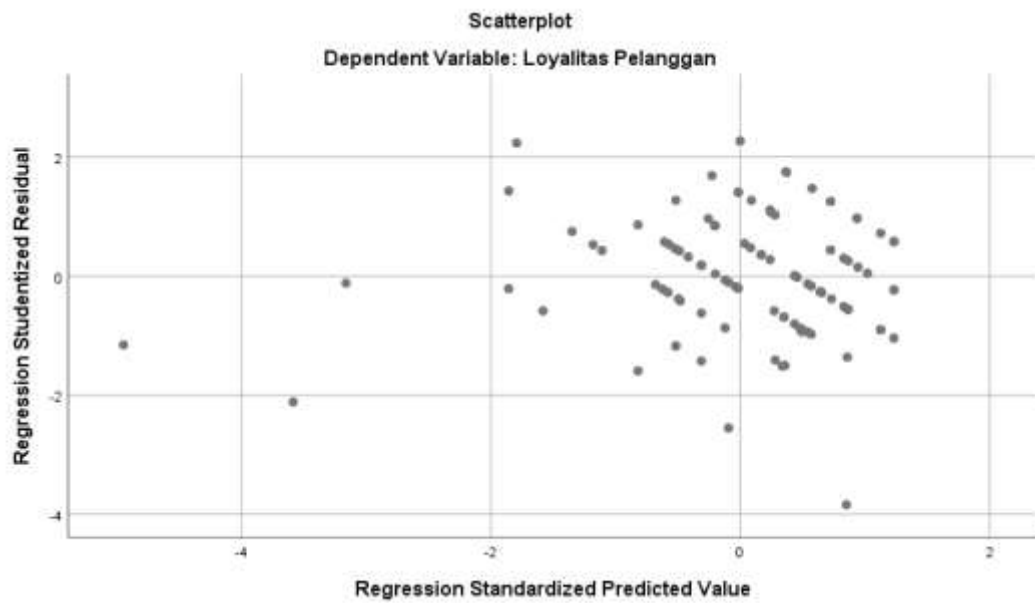
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.719	.848		2.027	.045
	Kenyamanan	.310	.113	.303	2.729	.008
	Ketetapan Waktu	.299	.100	.330	2.990	.004
	Kualitas Pelayanan	.172	.070	.237	2.470	.015

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kenyamanan	.308	3.243
	Ketetapan Waktu	.311	3.210
	Kualitas Pelayanan	.411	2.435

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Uji Heterokedastisitas



Lampiran 6

OUTPUT SPSS

HASIL UJI KETETAPAN MODEL

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,636	,625	1,250

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KETEPATAN_WAKTU, KENYAMANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS_PELANGGAN

Lampiran 7

OUTPUT SPSS

HASIL UJI ANALISIS LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	1,719	,848		2,027	,045
	KENYAMANAN	,310	,113	,303	2,729	,008
	KETEPATAN_WAKTU	,299	,100	,330	2,990	,004
	KUALITAS_PELAYANAN	,172	,070	,237	2,470	,015

Lampiran 8

OUTPUT SPSS
HASIL UJI HIPOTESIS

Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,719	,848		2,027	,045
	KENYAMANAN	,310	,113	,303	2,729	,008
	KETEPATAN_WAKTU	,299	,100	,330	2,990	,004
	KUALITAS_PELAYANAN	,172	,070	,237	2,470	,015

Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,482	3	,161	,263	,852 ^b
	Residual	58,487	96	,609		
	Total	58,969	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KETEPATAN_WAKTU, KENYAMANAN

Lampiran 9

HASIL DESKRIPTIF STATISTIK VARIABEL BERDASARKAN

JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL KENYAMANAN

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	1	1,0	1,0	3,0
3	3	3,0	3,0	6,0
4	41	41,0	41,0	47,0
5	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	3	3,0	3,0	4,0
3	9	9,0	9,0	13,0
4	51	51,0	51,0	64,0
5	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
3	13	13,0	13,0	15,0
4	43	43,0	43,0	58,0
5	42	42,0	42,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

VARIABEL KETETAPAN WAKTU

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3,0	3,0	3,0
2	1	1,0	1,0	4,0
3	15	15,0	15,0	19,0
4	39	39,0	39,0	58,0
5	42	42,0	42,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	3	3,0	3,0	4,0
3	11	11,0	11,0	15,0
4	45	45,0	45,0	60,0
5	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	2	2,0	2,0	3,0
3	16	16,0	16,0	19,0
4	46	46,0	46,0	65,0
5	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Variabel Kualitas Pelayanan

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
3	10	10,0	10,0	12,0
4	26	26,0	26,0	38,0
5	62	62,0	62,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	3	3,0	3,0	4,0
3	11	11,0	11,0	15,0
4	47	47,0	47,0	62,0
5	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	2	2,0	2,0	3,0
3	25	25,0	25,0	28,0
4	42	42,0	42,0	70,0
5	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	4	4,0	4,0	6,0
3	16	16,0	16,0	22,0
4	50	50,0	50,0	72,0
5	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Variabel Loyalitas Pelanggan

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	1	1,0	1,0	3,0
3	6	6,0	6,0	9,0
4	40	40,0	40,0	49,0
5	51	51,0	51,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,0	2,0	2,0
2	1	1,0	1,0	3,0
3	12	12,0	12,0	15,0
4	44	44,0	44,0	59,0
5	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,0	1,0	1,0
2	4	4,0	4,0	5,0
3	37	37,0	37,0	42,0
4	40	40,0	40,0	82,0
5	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 10

HASIL CEK PLAGIASI

SKRIPSI_NURUL FAJRIANTI 195211297 PENGARUH
KENYAMANAN KETEPATAN WAKTU DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KRL COMMUTER SOLO-
YOGYAKARTA.docx

ORIGINALITY REPORT

26%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

16%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	4%
2	journal.ikopin.ac.id Internet Source	1%
3	www.scribd.com Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Southville International School and Colleges Student Paper	1%
6	core.ac.uk Internet Source	1%
7	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%

9	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1 %
10	Submitted to University of Wales Swansea Student Paper	1 %
11	lib.unnes.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
13	123dok.com Internet Source	1 %
14	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1 %
15	media.neliti.com Internet Source	1 %
16	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
17	journal.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %
19	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
20	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %

21	repository.stiewidyagalumajang.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1 %
24	eprints.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.krl.co.id Internet Source	<1 %
26	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	<1 %
27	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	<1 %
28	journal.yrpiiku.com Internet Source	<1 %
29	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
31	hermawan20120922.blogspot.com Internet Source	<1 %

32	adoc.pub Internet Source	<1 %
33	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
34	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
35	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
36	libfeconuui.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
37	Elva Jelita, Raudhoh Raudhoh, Masyrisal Miliani. "Pengaruh pemanfaatan internet terhadap minat kunjung pemustaka ke Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi", Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2020 Publication	<1 %
38	Submitted to University of Greenwich Student Paper	<1 %
39	repository.unimus.ac.id Internet Source	<1 %
40	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %

41	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
42	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
43	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
44	repository.sttind.ac.id Internet Source	<1 %
45	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
46	Sulistyaningsih Sulistyaningsih, Barbara Gunawan. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI RISK MANAGEMENT DISCLOSURE (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)", Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2018 Publication	<1 %
47	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
48	id.scribd.com Internet Source	<1 %
49	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
50	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1 %

		<1 %
51	mahasiswa.dinus.ac.id Internet Source	<1 %
52	repo.pusikom.com Internet Source	<1 %
53	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
54	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
 Exclude bibliography On

Exclude matches < 20 words

SKRIPSI_NURUL FAJRIANTI 195211297 PENGARUH
KENYAMANAN KETEPATAN WAKTU DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KRL COMMUTER SOLO-
YOGYAKARTA.docx

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61
