

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta *Commuter Line* Jabodetabek

Agnes Darmayanti¹, Susanti^{2*}

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No. 98. Jakarta Pusat
e-mail korespondensi: darmayantiagnes1@gmail.com¹, susanti.sus@bsi.ac.id²

Submit: 13-07-2026	Revisi: 21-07-2026	Terima 23-07-2026	Terbit Online: 28-07-2026
-----------------------	-----------------------	----------------------	------------------------------

ABSTRAKSI

Abstrak - Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan suatu layanan berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kereta *Commuter Line* Jabodetabek. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna Kereta *Commuter Line* Jabodetabek yang dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi). Hasil uji t menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan memperoleh t-hitung 6,848 > t-tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan memperoleh t-hitung 8,604 > t-tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji F menunjukkan F-hitung 54,262 > F-tabel 3,09 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga kedua variabel berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,528 atau 52,8%, yang berarti kedua variabel menjelaskan Loyalitas Pelanggan sebesar 52,8%, sedangkan 47,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Kereta *Commuter Line* Jabodetabek.

ABSTRACT

Abstract - Customer loyalty is a customer's commitment to continue using a service based on the experience gained from service quality and the level of satisfaction perceived. This study aims to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty of the Jabodetabek Commuter Line train. A quantitative method was employed by distributing questionnaires to 100 respondents who use the Jabodetabek Commuter Line, with data analyzed using validity, reliability, and classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test, F-test, and coefficient of determination). The t-test results show that the Service Quality variable obtained a t-value of 6.848 > 1.984 with a significance of $0.000 < 0.05$, while the Customer Satisfaction variable obtained a t-value of 8.604 > 1.984 with a significance of $0.000 < 0.05$, indicating both have a positive and significant effect on Customer Loyalty. The F-test shows an F-value of 54.262 > 3.09 with a significance of $0.000 < 0.05$, indicating a simultaneous significant effect. The coefficient of determination (R^2) is 0.528 (52.8%), meaning both variables explain 52.8% of Customer Loyalty, while the remaining 47.2% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Jabodetabek Commuter Line.

1. PENDAHULUAN

Mobilitas perkotaan sangat bergantung pada angkutan umum yang cepat, aman, nyaman, dan terjangkau, terutama seiring pertumbuhan kota-kota metropolitan. Jalur Komuter Jabodetabek yang dioperasikan oleh PT Kereta Commuter Indonesia menjadi salah satu moda transportasi utama bagi masyarakat Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi karena efisiensinya dalam mengurangi kemacetan dan meningkatkan mobilitas perkotaan.

Berdasarkan data volume penumpang Kereta Commuter Line Jabodetabek periode 2021-2024, jumlah pengguna mengalami peningkatan signifikan dari 131.148.587 penumpang pada tahun 2021 menjadi 374.488.422 penumpang pada tahun 2024, atau meningkat sebesar 185,55% dalam kurun waktu tersebut, seiring pulihnya aktivitas masyarakat pascapandemi COVID-19 (PT Kereta Commuter Indonesia, 2021-2024).



Sumber: Annual Report PT Kereta Commuter Indonesia Tahun 2021-2024

Gambar 1. Volume Penumpang Kereta Commuter Line Jabodetabek

Meskipun jumlah pengguna terus meningkat, peningkatan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan loyalitas pelanggan yang optimal. Berbagai permasalahan masih dijumpai pengguna, seperti kepadatan penumpang pada jam sibuk, keterlambatan perjalanan akibat gangguan operasional, antrean panjang di stasiun, keterbatasan fasilitas, serta tingkat kenyamanan yang belum sepenuhnya sesuai harapan pengguna, yang memperlihatkan adanya kesenjangan antara harapan dan layanan yang diterima (Saputra et al., 2024).

Menurut teori pemasaran jasa, kepuasan pelanggan sangat didorong oleh kualitas pelayanan yang diterima. Azzahra & Priyono (2023) dan Prasetyo & Mulyani (2026) menemukan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan penumpang kereta komuter Jalur Jabodetabek, sementara Syafitri dan Kamil (2024) juga mengamati bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan, merekomendasikannya, dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut. Kahuripan (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat memengaruhi loyalitas pelanggan pada layanan kereta komuter.

Meskipun jumlah pengguna kereta komuter di wilayah Jabodetabek terus meningkat pascapandemi, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Kereta Commuter Line Jabodetabek pada populasi mahasiswa dan pekerja masih terbatas, sehingga diperlukan kajian lanjutan untuk melengkapinya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap loyalitas pelanggan Kereta Commuter Line Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa serta membantu

PT Kereta Commuter Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris yang telah diuraikan, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Jabodetabek. H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Jabodetabek. H3: Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan KRL Commuter Line Jabodetabek.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei berbasis kuesioner untuk mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada penumpang Kereta Commuter Line Jabodetabek. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan dokumen resmi terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 27, dengan tahapan pengumpulan data, analisis, dan penulisan yang dilaksanakan pada periode April-Juni 2026.

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna Kereta Commuter Line Jabodetabek yang jumlahnya tidak terbatas (unidentified population) karena bervariasi setiap harinya. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling melalui metode purposive sampling. Merujuk pada pedoman Hair et al. yang menyatakan bahwa ukuran sampel penelitian kuantitatif idealnya 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian (Angelita dkk., 2024), dengan total 13 indikator pada penelitian ini (5 indikator Kualitas Pelayanan, 4 indikator Kepuasan Pelanggan, dan 4 indikator Loyalitas Pelanggan), maka jumlah sampel minimum adalah 65 dan maksimum 130 responden. Penelitian ini berhasil memperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria: (1) pernah menggunakan KRL Commuter Line Jabodetabek; (2) merupakan pengguna aktif dengan frekuensi penggunaan minimal dua kali dalam satu bulan terakhir; dan (3) berusia minimal 17 tahun dan mampu mengisi kuesioner secara mandiri.

Kualitas Pelayanan (X1) didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh pelanggan atas keunggulan layanan KRL Commuter Line berdasarkan dimensi SERVQUAL, yang meliputi wujud nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Parasuraman et al., dalam Azzahra & Priyono, 2023). Kepuasan Pelanggan (X2) didefinisikan sebagai evaluasi kognitif dan emosional pascakonsumsi mengenai kesesuaian

antara kinerja layanan dengan harapan pelanggan, dengan indikator kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, niat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Kotler & Keller, dalam Kahuripan, 2024). Loyalitas Pelanggan (Y) didefinisikan sebagai komitmen mendalam pelanggan untuk terus berlangganan layanan Kereta Commuter Line secara konsisten, dengan indikator penggunaan ulang, frekuensi penggunaan yang tinggi, resistensi terhadap kompetitor, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain (Griffin, dalam Damanik dkk., 2024). Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 1-5 dengan sepuluh butir pernyataan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner secara daring maupun luring, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji kualitas data (uji validitas dengan korelasi Pearson dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha), uji asumsi klasik (uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas dengan nilai Tolerance dan VIF, serta uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser), analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dengan Y adalah Loyalitas Pelanggan, a adalah konstanta, b_1 dan b_2 adalah koefisien regresi variabel X_1 dan X_2 , serta e adalah error term.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang berpartisipasi, mayoritas berjenis kelamin perempuan (63,0%) dibandingkan laki-laki (37,0%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 21-25 tahun (58,0%), diikuti 26-30 tahun (27,0%), 17-20 tahun (9,0%), dan 31 tahun ke atas (6,0%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan pegawai swasta (67,0%), diikuti pelajar/mahasiswa (14,0%), lainnya (9,0%), wirausaha (7,0%), dan ASN/BUMN (3,0%). Hasil statistik deskriptif menunjukkan skor rata-rata variabel Kualitas Pelayanan sebesar 37,52 ($SD=3,650$), Kepuasan Pelanggan sebesar 40,09 ($SD=3,838$), dan Loyalitas Pelanggan sebesar 41,41 ($SD=3,413$), yang mengindikasikan penilaian responden terhadap ketiga variabel tergolong baik dan relatif konsisten.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan nilai r-tabel sebesar 0,196 ($n=100$, $\alpha=0,05$). Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan ambang batas 0,60. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	10 dari 10 item	0,831	Valid & Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X_2)	10 dari 10 item	0,878	Valid & Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	10 dari 10 item	0,832	Valid & Reliabel

Sumber: (Hasil olah data SPSS 27, 2026)

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memiliki nilai r-hitung $>$ r-tabel (0,196) dengan signifikansi $<$ 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha ketiga variabel juga berada di atas 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi menghasilkan estimator yang tidak bias (BLUE). Hasil pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Pengujian	Hasil	Kesimpulan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Asymp. Sig. = 0,200	Berdistribusi normal

Sumber: (Hasil olah data SPSS 27, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, nilai Asymp. Sig. uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 ($>$ 0,05) menunjukkan residual model regresi berdistribusi normal. Nilai Tolerance kedua variabel independen sebesar 0,986 ($>$ 0,10) dan VIF sebesar 1,014 ($<$ 10) menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi X_1 sebesar 0,206 dan X_2 sebesar 0,878, keduanya di atas 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, seluruh asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 5,711 + 0,423X_1 + 0,495X_2$, yang berarti setiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,423 satuan, dan setiap peningkatan satu satuan Kepuasan Pelanggan akan

meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,495 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji t (parsial) dan uji F (simultan) disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	B	t-hitung	Sig.	t-tabel	Keterangan
Konstanta	5,711	1,650	0,102	-	-
Kualitas Pelayanan (X1)	0,423	6,848	0,000	1,984	H1 diterima
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,495	8,604	0,000	1,984	H2 diterima

Sumber: (Hasil olah data SPSS 27, 2026)

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

F-hitung	Sig.	eterangan
54,262 (F-tabel = 3,09)	0,000	H3 diterima (berpengaruh simultan)

Sumber: (Hasil olah data SPSS 27, 2026)

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,727 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,528 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama mampu menjelaskan 52,8% variasi Loyalitas Pelanggan, sedangkan sisanya 47,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

e. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji t menunjukkan Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (t-hitung 6,848 > t-tabel 1,984; sig. 0,000 < 0,05), dengan koefisien regresi 0,423. Temuan ini konsisten dengan penelitian Azzahra dan Priyono (2023) serta Kahuripan (2024) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penumpang kereta komuter. Semakin baik ketepatan waktu, kenyamanan, kebersihan, dan daya tanggap petugas KRL, semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji t menunjukkan Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (t-hitung 8,604 > t-tabel 1,984; sig. 0,000 < 0,05), dengan

koefisien regresi 0,495 yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan. Hal ini menunjukkan Kepuasan Pelanggan merupakan prediktor yang lebih dominan terhadap Loyalitas Pelanggan, sejalan dengan temuan Syafitri dan Kamil (2024) bahwa pelanggan yang puas terhadap layanan KRL Commuter Line cenderung menggunakannya kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji F menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (F-hitung 54,262 > F-tabel 3,09; sig. 0,000 < 0,05), dengan kontribusi sebesar 52,8% (R^2). Temuan ini memperkuat kerangka teoritis bahwa loyalitas pelanggan pada layanan transportasi publik terbentuk dari kombinasi kualitas layanan yang baik dan tingkat kepuasan yang tinggi (Damanik dkk., 2024).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Commuter Line Jabodetabek, demikian pula Kepuasan Pelanggan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kontribusi sebesar 52,8%, di mana Kepuasan Pelanggan (30,0%) memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Kualitas Pelayanan (16,8%). Meskipun tingkat loyalitas pelanggan tergolong tinggi, aspek ketepatan waktu, kenyamanan pada jam sibuk, dan fasilitas pendukung stasiun maupun kereta masih perlu ditingkatkan untuk mendukung kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

PT Kereta Commuter Indonesia disarankan untuk memprioritaskan ketepatan waktu perjalanan, mengurangi kepadatan penumpang pada jam sibuk, dan meningkatkan kenyamanan stasiun maupun kereta. Selain itu, karena loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kemudahan akses, citra perusahaan, kepercayaan konsumen, dan inovasi layanan, serta memperluas objek penelitian ke moda transportasi umum lainnya guna memperoleh temuan yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 1, 66-74. <https://doi.org/10.54131/jbma.v12i1.215>
- Angelita, P. R., Monoarfa, T. A., & Kusumaningtyas, D. P. (2024). Analisis Faktor yang Memengaruhi Purchase Decision Sunscreen Spray Skintific pada Generasi Z di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 5(2), 307-322. <https://doi.org/10.21009/JBMK.005.2.10>
- Aulawi, H., & Firmansyah, A. (2024). Pengukuran dan perencanaan perbaikan kualitas pelayanan jasa rental dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Mitra Teknik Industri*, 3(1), 1-11. <https://doi.org/10.24912/jmti.v3i1.29728>
- Azzahra, D., & Priyono, B. (2023). Informasi KRL Access dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KRL Commuter Line di Jabodetabek. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 5(2), 95-106.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, S. (2024). Pengaruh kualitas layanan, kebijakan publik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76-85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423-5443. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i7.863>
- Farikah, S., & Masnita, Y. (2025). Expectation disconfirmation theory in service quality online learning: Its impact on word of mouth communication in higher education. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(6), 68-78. <https://doi.org/10.37385/msej.v6i6.8259>
- Habel, R. H., Alginat, M., Romadhon, Putri, M. A., & Sahara, S. (2023). Analisis tingkat kualitas pelayanan pelanggan KRL Commuterline Jabodetabek. *Jurnal Majalah Ilmiah FISIP UNTAG Semarang*, 20(1). <https://doi.org/10.56444/mia.v20i1.665>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Operasionalisasi variabel, skala pengukuran dan instrumen penelitian kuantitatif. *CV. Eureka Media Aksara*.
- Imam Ghozali. (2021). Teori uji menurut para ahli.
- Kahuripan, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1). <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i1.811>
- Kusumawardani, R., & Yenita. (2023). Pengaruh kualitas dan kepuasan layanan terhadap kepercayaan dan loyalitas pengguna bus TransJakarta. *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Transportasi Darat*, 14, 47-59. <https://doi.org/10.55511/jpsttd.v14i1.649>
- Latimbang, M. A., Rasyid, A., Machmoed, B. R., & Uloli, H. (2024). Analisis pelayanan dengan menggunakan metode Servqual terhadap pelayanan pada PT Pos Indonesia Cabang Gorontalo. *Jurnal Vokasi Sains dan Teknologi*, 4, 1-5. <https://doi.org/10.56190/jvst.v4i1.61>
- Prasetio, L., Assegaff, S., & Kurniabudi. (2025). Analisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan sistem informasi akademik Fakultas MIPA UII. *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi*, 5, 1133-1140. <https://doi.org/10.33998/jms.2025.5.2.2342>
- Prasetyo, D. A., & Mulyani, A. S. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jamaah pada Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Jakarta Timur: The Effect of Service Quality and Price on Pilgrim Satisfaction at Umrah Travel Organizers (PPIU) in East Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Cakrawarti*, 1(2), 334-346. <https://doi.org/10.67183/jmac.v1i2.102>
- Purnandika, R. A., & Septiana, H. (2024). Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi umum di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 25-32.
- Putri, A. R., & Tarjo. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan The Jari Studio Muara Bungo. *Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora (JASIORA)*, 9(1). <https://doi.org/10.56957/jsr.v9i1.323>
- Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023). Analisis kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL dan IPA: Studi kasus di bengkel CV Nusantara Motor. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 21(2), 103-112. <https://doi.org/10.52330/jtm.v21i2.113>

- Saputra, R., Sartono, S., Soerahman, S., Valentin, A. D., & Fadilla, S. (2024). Desain perbaikan layanan KRL Commuter Line dengan kombinasi voice of customer, pendekatan statistika dan Kaizen. Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ 2024.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). Buku ajar metodologi penelitian (teori dan praktik). CV Saba Jaya Publisher.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Susilo, D., & Na'at, W. L. (2022). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna KRL Commuter Line Yogyakarta-Solo. Jurnal Ilmiah TELSINAS, 5(2), 165-176. <https://doi.org/10.38043/telsinas.v5i2.4336>
- Syafitri, A., & Kamil, M. (2024). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KRL Commuter Line di Jabodetabek. MASIP: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis dan Publik Terapan, 2(2). <https://doi.org/10.59061/masip.v2i2.738>
- Urfany, N., & Muthohar, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Tokopedia). Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 1(6), 273-284.
- Zebua, M. D., Musri, M. A., & Ichsan, R. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4(2), 458-464. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4>