

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus: Pengguna Layanan Kereta Api Sulawesi Selatan)

Disusun dan diajukan oleh:

MOH RAFLI HARMAWAN ADRI
D071191052



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2024



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pengguna Layanan Kereta Api Sulawesi Selatan)

Disusun dan diajukan oleh

Mohammad Rafli Harmawan Adri
D071191052

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 6 Februari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU.,
ASEAN., Eng., CACP
NIP. 196111131987021 003

Pembimbing Pendamping



Dr. Eng. Ir. Irwan Setiawan, ST.,
MT., IPM
NIP. 19760602 200501 1 002

Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin



Ir. Kifayah Amar, S.T., M.Sc., Ph.D, IPU
NIP. 19740621200604 2 001



LEMBAR KEASLIAN

iii

LEMBAR KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;
Nama : Mohammd Rafli Harmawan Adri
NIM : D071191052
Program Studi : Teknik Industri
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

{Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Layanan Kereta Api Sulawesi Selatan)}

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 7 Maret 2023

Yang Menyatakan



Mohammad Rafli Harmawan Adri



Optimized using
trial version
www.balesio.com

ABSTRAK

MOHAMMAD RAFLI HARMAWAN ADRI. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN., Eng., CACP dan Dr. Eng. Ir. Irwan Setiawan, ST., MT., IPM).

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat dalam hal ini yaitu pelanggan menjadi kunci utama dalam menjaga keberhasilan suatu perusahaan atau layanan. Industri transportasi publik tidak terkecuali, di mana tingkat kepuasan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Semakin meningkatnya kebutuhan transportasi dan meningkatnya pemanasan global akibat polusi maka sistem transportasi massa merupakan alternatif utama.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner *online* dari 211 pengguna layanan Kereta Api Sulawesi Selatan. Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara langsung dengan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh secara langsung dengan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan berpengaruh secara langsung dengan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan hendaknya terus meningkatkan kualitas layanan, nilai pelanggan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat menunjang keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan yang diharapkan.

Kata Kunci: kualitas layanan, nilai pengalaman, pengalaman pelanggan, kepuasan pelanggan, PLS-SEM.



ABSTRACT

MOH RAFLI HARMAWAN ADRI. *Analysis of the Influence of Service Quality, Value and Customer Experience on Customer Satisfaction (supervised by Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Sc., IPU., ASEAN., Eng and Dr. Eng. Ir. Irwan Setiawan, ST., MT., IPM).*

In the era of globalization and increasingly fierce business competition, understanding the needs and preferences of society, in this case customers, is the main key in maintaining the success of a company or service. The public transportation industry is no exception, where the overall level of satisfaction and business growth. As transportation needs increase and global warming due to pollution increases, mass transportation systems are the main alternative.

This research uses a quantitative approach by distributing online questionnaires to 211 South Sulawesi Railway service users. Data analysis was carried out using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of this research show that the service quality variable has a direct positive and significant effect on customer satisfaction, customer value has a direct positive and significant effect on customer satisfaction, customer experience has a direct positive and significant effect on customer satisfaction. So it can be concluded that companies should continue to improve service quality, customer value, to increase customer satisfaction in order to support success in achieving the expected company goals.

Keywords: Service quality, Customer Value, Customer Experience, Customer Satisfaction, PLS-SEM.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa ta’ala atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kuliatas Layanan, Nilai dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pengguna Layanan Kereta Api Sulawesi Selatan)”. Tidak lupa pula saya kirimkan shalawat serta salam kepada nabi junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, sumbangan pemikiran dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua terutama ibunda dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan material dan moral serta doa yang tiada hentinya dan juga atas cinta, dukungan, dan pengertiannya selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas semangat dan motivasi yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN., Eng., CACP selaku Dosen Pembimbing I dan bapak Dr. Eng. Ir. Irwan Setiawan, ST., MT., IPM selaku Dosen Pembimbing II tugas akhir ini atas bimbingan, arahan, dan masukan berharga yang diberikan sepanjang penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas kesabaran dan dorongan yang diberikan dalam menghadapi setiap tantangan.
4. Ibu Dr. Ir. Rosmalina Hanafi, M.Eng selaku dosen penguji I dan ibu Ir. Dwi Handayani, ST., MT selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran dalam perbaikan tugas akhir saya.



uh dosen dan staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik
rsitas Hasanuddin.

6. Kepada orang yang telah memberikan patah hati, terimakasih luka yang telah diberikan disaat proses penyusunan skripsi, terimakasih menjadikan pengingat untuk saya sehingga bisa membuktikan dengan elegan bahwa kesuksesan akan mengundang cinta yang berkelas. Terimakasih untuk banyak hal yang menyakitkan dan menjadi proses pendewasaan.
7. Sahabat-sahabat Sekolah Menengah Atas saya teman-teman RONZ 2019 tercinta yang telah menemani dari 2016 hingga sekarang mendukung penuh semua keputusan saya.
8. Sahabat saya dari mahasiswa baru Syaeful Aerik S.T yang telah membantu dan kebersamai penulis dari awal masuk kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat OTW Sarjana (Fahryl, Izul, Dzaky, Josafat, Caca, Nini, Kiki, Jasqim, Fadhia, Una, Fera dan Stephanie) yang telah membantu dan kebersamai penulis dari awal masuk kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan HEURIZTIC19 yang sudah membantu saya dalam dunia perkuliahan maupun keseharian saya.
11. Teman-teman serta kanda-kanda Engineering Poker yang sudah membantu saya dalam dunia perkuliahan maupun keseharian saya.
12. Teman-teman seperjuangan TEKNIK 2019 yang sudah membantu saya dalam dunia perkuliahan maupun keseharian saya.

Dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharap kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan tugas akhir ini. Saya berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik untuk saya pribadi dan para pembaca.

Gowa, 22 Desember 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kualitas Layanan.....	5
2.2 Nilai Pelanggan.....	6
2.3 Pengalaman Pelanggan.....	8
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.5 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	10
2.6 Tahapan Penerapan SEM.....	10
2.7 PLS-SEM dan CB-SEM.....	12
2.8 <i>Partial Least Square</i> (PLS-SEM).....	14
2.9 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3.2 Prosedur Penelitian.....	19
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Studi Kepustakaan.....	23
3.4.2 Wawancara.....	24
3.4.3 Kuesioner.....	24
3.5 Kerangka Pikir.....	25
3.6 Penetapan Hipotesis, Variabel, dan Indikator Penelitian.....	25
3.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
3.6.2 Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
3.6.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
3.6.4 Penetapan Variabel dan Indikator.....	26
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
Gambaran Umum Kereta Api Sulawesi Selatan.....	31
Uji Alat Ukur.....	31



4.2.1 Uji Validitas.....	32
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.3 Karakteristik Responden.....	34
4.4 Pengolahan Data Responden	34
4.5 Perancangan Model	35
4.5.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	36
4.5.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	41
4.5.3 Pengujian Hipotesis Model.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	48
5.2 Prosedur Penelitian	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	53



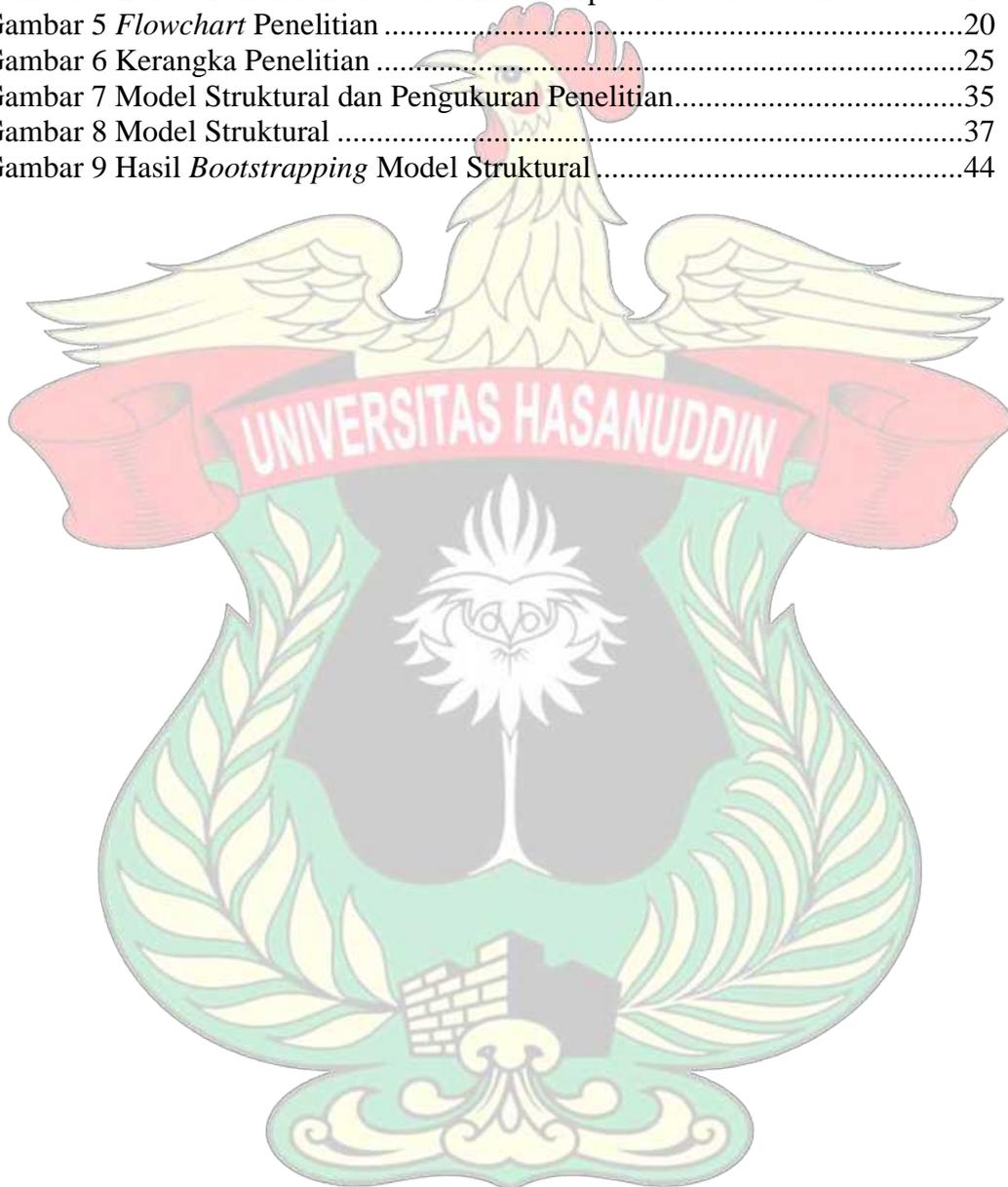
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbedaan CB-SEM dan PLS-SEM.....	13
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3 Perbandingan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4 Skor skala <i>likert</i>	24
Tabel 5 Variabel Indikator yang Digunakan Dalam Penelitian	28
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 8 Data Karakteristik Responden	34
Tabel 9 Hasil <i>Outer Loading</i> Model.....	38
Tabel 10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Model.....	39
Tabel 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity – Cross Loading</i> Model.....	39
Tabel 12 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> Model.....	40
Tabel 13 Hasil Uji <i>Cronbach’s Alpha</i> Model.....	40
Tabel 14 Hasil R^2 Model	41
Tabel 15 Hasil <i>Boostrapping Direct Effect</i>	44
Tabel 16 Hasil <i>Boostrapping Total Effect</i>	45
Tabel 17 Evaluasi Hasil Uji T Statistik dan Probabilitas Model	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Contoh Variabel Laten	11
Gambar 2 Contoh Variabel Laten Eksogen dan Endogen	12
Gambar 3 Contoh Variabel Manifes	12
Gambar 4 Lokasi Penelitian di Stasiun Kereta Api Sulawesi Selatan	19
Gambar 5 <i>Flowchart</i> Penelitian	20
Gambar 6 Kerangka Penelitian	25
Gambar 7 Model Struktural dan Pengukuran Penelitian.....	35
Gambar 8 Model Struktural	37
Gambar 9 Hasil <i>Bootstrapping</i> Model Struktural.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi wawancara dengan pihak Balai Pengelola Kereta Api Sulsel.....	53
Lampiran 2 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (1)	53
Lampiran 3 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (2)	54
Lampiran 4 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (3)	54
Lampiran 5 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (4)	55
Lampiran 6 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (5)	55
Lampiran 7 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (6)	56
Lampiran 8 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (7)	56
Lampiran 9 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (8)	57
Lampiran 10 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (9)	57
Lampiran 11 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (10)	58
Lampiran 12 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (11)	58
Lampiran 13 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (12)	59
Lampiran 14 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (13)	59
Lampiran 15 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (14)	60
Lampiran 16 Hasil Uji Validitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Kualitas Layanan)	60
Lampiran 17 Hasil Uji Validitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Nilai Pelanggan)	61
Lampiran 18 Hasil Uji Validitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Pengalaman Pelanggan).....	61
Lampiran 19 Hasil Uji Validitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Kepuasan Pelanggan).....	62
Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Kualitas Layanan).....	62
Lampiran 21 Hasil Uji Reliabilitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Nilai Pelanggan)	62
Lampiran 22 Hasil Uji Reliabilitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Pengalaman Pelanggan).....	63
Lampiran 23 Hasil Uji Reliabilitas menggunakan <i>software</i> SPSS (Kepuasan Pelanggan).....	63
Lampiran 24 Data Kriteria Responden	64
Lampiran 25 Data Kuesioner Variabel Kualitas Layanan	75
Lampiran 26 Data Kuesioner Variabel Nilai Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan	84



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat dalam hal ini yaitu pelanggan menjadi kunci utama dalam menjaga keberhasilan suatu perusahaan atau layanan. Industri transportasi publik tidak terkecuali, di mana tingkat kepuasan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Semakin meningkatnya kebutuhan transportasi dan meningkatnya pemanasan global akibat polusi maka sistem transportasi massa merupakan alternatif utama.

Transportasi publik dapat memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan menyediakan akses yang terjangkau dan mudah ke tempat kerja, pendidikan, dan layanan lainnya, transportasi publik membantu meningkatkan mobilitas sosial dan kesempatan ekonomi. Transportasi sangat dibutuhkan untuk menjamin terselenggaranya mobilitas penduduk maupun barang. Transportasi publik dipilih karena menyediakan akses sederhana, aman, efisien, dan hemat biaya perjalanan. Hal ini menjadikan transportasi publik sebagai alternatif moda transportasi berkelanjutan yang dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk perkotaan. Pengembangan pada bidang transportasi ditujukan agar tersedianya transportasi yang lancar, aman, murah, nyaman, cepat, tepat guna, terpadu, menyeluruh, berkelanjutan dan berkeseimbangan, serta mendukung konsepsi pembangunan sosial dan ekonomi Faisal (2015). Jumlah penduduk yang meningkat dari tahun ke tahun menjadi faktor utama dalam perencanaan transportasi. Persentase penduduk sekarang dan untuk masa yang akan datang perlu mendapat perhatian khusus bagi perencanaan transportasi.

Peningkatan penduduk tidak terlepas dari perkembangan suatu daerah, antara lain perkembangan ekonomi, infrastruktur, serta moda transportasi darat, laut, dan

Uluwesi Selatan merupakan salah satu provinsi yang mempunyai 24 kota paten dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 sejumlah 9,312,019 jiwa, sel, 2023). Ini menunjukkan bahwa Sulawesi Selatan adalah salah satu



provinsi yang padat penduduk.

Transportasi sangat dibutuhkan untuk menjamin terselenggaranya mobilitas penduduk maupun barang. Kementerian Perhubungan dan Pemerintah Sulawesi Selatan bekerja sama pembangun proyek Kereta Api Sulawesi Selatan dari Makassar- Pare-pare dengan jarak total jalur sepanjang 157,7 km, sepanjang 142 km merupakan lintas utama. Kereta api memberikan aksesibilitas yang lebih baik bagi masyarakat, terutama mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi atau yang menghindari berkendara karena alasan kesehatan atau finansial, Banister (2005). Perusahaan penyedia layanan kereta api tengah mencari cara yang tepat untuk menyajikan pengalaman perjalanan yang optimal bagi pelanggan. Mutu pelayanan menjadi unsur krusial dalam menciptakan nilai dan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Pelayanan yang ramah, efektif, serta responsif mampu meningkatkan pandangan pelanggan terhadap perusahaan dan memberikan efek positif pada tingkat kepuasan mereka.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Masri. H (2002) dengan judul “Analisis pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan kepuasan pelanggan jasa transportasi kereta api (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)”. Kepuasan pelanggan menjelaskan satu faktor yang seringkali berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, yaitu harga, meliputi struktur tarif, serta harapan dan kemampuan pembayaran. Peneliti menyimpulkan bahwa ada beberapa analisis yang dapat mempengaruhi faktor-faktor layanan yang diberikan oleh perusahaan yakni cara menyampaikan informasi yang sesuai dengan perkembangan zaman, kualitas layanan yang ramah, informasi tarif tiket yang sesuai, keramahan, serta ketanggapan yang mampu memberikan secara simultan akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengangkat judul yaitu “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pengguna Layanan Kereta Api Sulawesi**



1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimanakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Bagaimana nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Bagaimanakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kereta Api Sulawesi Selatan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Kereta Api Sulawesi Selatan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Kereta Api Sulawesi Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan
Perusahaan dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan, dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut akan memberikan pemahaman yang baik tentang faktor-faktor yang dapat mempromosikan dan mempertahankan niat penumpang untuk perilaku dalam menggunakan layanan Kereta Api Sulawesi Selatan.
- b. Bagi perguruan tinggi
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan Teknik Industri khususnya dalam bidang



najemen kualitas

gi penulis

memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 pada

Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin serta menambah wawasan dan meningkatkan kompetensi kecerdasan intelektual.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden pernah menggunakan jasa layanan Kereta Api di Sulawesi Selatan.
- b. Sampel yang diambil sebanyak 211 Responden.
- c. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode *Structrual Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui hubungan kualitas layanan, dan nilai pelanggan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah penyediaan layanan yang dapat memenuhi harapan pelanggan Reeves & Bednar (1994). Parasuraman, dkk. (1998) telah mendefinisikan kualitas layanan sebagai fungsi perbedaan antara layanan yang diharapkan dan persepsi pelanggan dari layanan yang sebenarnya disampaikan. Sejumlah peneliti telah menunjukkan bahwa kualitas layanan mengarah pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai keseluruhan kualitas perilaku perjalanan menurut sudut pandang penumpang. Oleh karena itu, banyak peneliti memperhatikan untuk mengevaluasi kualitas layanan angkutan umum dan mengeksplorasi aspek layanan mana yang lebih disukai oleh penumpang. Kualitas pelayanan adalah kualitas total dari perilaku transportasi dari sudut pandang penumpang. Pelanggan secara subyektif mengevaluasi kualitas layanan yang dirasakan, jika penumpang merasakan kualitas layanan yang lebih tinggi, mereka akan menjadi lebih puas dengan layanan tersebut Saravana & Rao (2007).

De Ona dkk. (2016) dalam Wang, dkk. (2020) mengusulkan bahwa kualitas layanan merupakan elemen kunci untuk menarik orang menggunakan transportasi umum dan menyatakan elemen kunci untuk menarik orang menggunakan transportasi kebersihan, kenyamanan, informasi, dan personil. Geetika dan Shefali (2010) pemantauan layanan, waktu tempuh, keselamatan dan keamanan, serta aktivitas pemeliharaan dan konstruksi pada perjalanan penumpang merupakan dimensi penting dari kualitas layanan angkutan umum.

2.1.1 Dimensi Kualitas Layanan



nurut Wang, dkk. (2020) kualitas layanan fungsional, kualitas layanan kenyamanan dan kebersihan, serta perencanaan dan keandalan layanan n sebagai indikator kualitas layanan.

- a. Kualitas layanan fungsional mengacu pada kemampuan layanan atau produk untuk memenuhi kebutuhan dan fungsi dasar yang diharapkan oleh pelanggan. Ini mencakup sejauh mana layanan tersebut efektif dalam memberikan solusi atau memenuhi tujuan yang diinginkan oleh pelanggan.
- b. Kualitas layanan teknis berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan tim atau individu yang memberikan layanan. Ini mencakup tingkat kompetensi teknis, pemahaman produk atau layanan, dan kemampuan untuk mengatasi masalah teknis yang mungkin muncul.
- c. Kenyamanan dan kebersihan adalah faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan layanan atau saat mengunjungi suatu tempat. Kenyamanan berkaitan dengan tingkat kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan, sementara kebersihan melibatkan tingkat kebersihan dan perawatan lingkungan fisik di sekitar layanan atau tempat tersebut.
- d. Perencanaan dan keandalan layanan berfokus pada kemampuan perusahaan atau penyedia layanan untuk merencanakan dan mengelola layanan mereka dengan baik. Ini mencakup aspek seperti keandalan dalam memenuhi janji atau jadwal, kemampuan untuk mengantisipasi masalah, dan rencana darurat jika terjadi gangguan dalam layanan.

2.2 Nilai Pelanggan (*Customer Value*)

Nilai bagi pelanggan (*customer value*) merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2001). Dalam memilih produk dan jasa pada kualitas dan kepuasan, konsumen juga mengevaluasi nilai yang dirasakannya sebagaimana Parasuraman, dkk (1998) mendefinisikan *customer value* sebagai penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap kegunaan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang telah didapat.

Nilai adalah ikatan yang kuat pada persepsi konsumen atas manfaat yang diterima biaya dalam kaitannya dengan sejumlah uang, waktu dan usaha. Sedangkan Hamja (2016) nilai pelanggan dapat disimpulkan sebagai rasio dari manfaat yang dapat diperoleh oleh pelanggan dengan pengorbanan. Perwujudan pengorbanan yang



dilakukan oleh pelanggan sejalan dengan proses pertukaran, adalah biaya transaksi, dan resiko untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika nilai yang dirasakan dari rasio yang dipersepsikan oleh pelanggan atas sejumlah pengorbanan ekonomi dengan produk yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan menimbulkan rasa tidak puas pada konsumen. Sebaliknya apabila sama atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

2.2.1 Dimensi Nilai Pelanggan

Dalam penelitian yang dilakukan Hamja (2016) ditemukan tiga indikator yang akan digunakan dalam pengukuran nilai pelanggan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Nilai emosional (*emotional value*) Nilai emosional merupakan nilai yang berasal dari kemampuan produk untuk menimbulkan perasaan positif pada diri konsumen. Atribut-tribut dari nilai emosional meliputi kemampuan sebuah produk untuk menimbulkan rasa ingin mengkonsumsi dan kemampuan sebuah produk untuk menciptakan rasa senang atau puas pada konsumen. Nilai emosional akan mempengaruhi kepuasan konsumen karena berkaitan dengan kemampuan produk menciptakan rasa senang bagi penggunanya. Semakin tinggi nilai emosional yang terbentuk maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
- b. Nilai kualitas (*Performance value*) Nilai kualitas adalah kualitas hasil fisik dari menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan kata lain, tipe nilai ini mencerminkan kemampuan produk atau jasa melaksanakan fungsi fisik utamanya secara konsisten.
- c. Nilai terhadap biaya (*Price/ value for money*) Nilai terhadap biaya merupakan nilai yang didapatkan dari produk karena produksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang. Atribut-atribut dari nilai terhadap biaya meliputi perbandingan biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut dengan produk serupa dari perusahaan lain.

2.3 Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*)

Setiap peristiwa, kejadian, situasi, suasana, yang berkesan akan selalu akan jejak pada setiap orang yang menyaksikannya sehingga disebutlah sebuah pengalaman. Sudah banyak perusahaan yang kini sangat tikan tingkah lakunya terhadap konsumennya, menata suasana dan situasi



lingkungan perusahaan serta layanan yang diberikan sehingga menimbulkan kesan tersendiri kepada konsumennya. Perilaku konsumen terhadap pengalaman yang diperoleh kerap kali akan dibagikan kepada rekan kerja, kerabat, saudara, dan orang-orang sekitarnya baik pengalaman baik maupun pengalaman buruk sehingga pengalaman seorang individu dan akan berpengaruh terhadap niat merekomendasikan kepada orang lain dan mengarah kepada keputusan penggunaan orang yang direkomendasikan. Maka perusahaan akan lebih baik jika memiliki manajemen pengalaman konsumen untuk menata pengalaman seperti apa yang akan diperoleh konsumen ketika menggunakan jasa/produk dari suatu perusahaan. Manajemen pengalaman konsumen dapat dinyatakan sebagai konsentrasi terhadap proposisi nilai dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan di berbagai kesempatan yang dilakukan secara konsisten dan efektif maka akan diperoleh keunggulan yang berbeda, momen positif yang berbeda, pendapatan meningkat, memperoleh retensi, dan menjadi referensi konsumen kepada konsumen lain (Joshi, 2014).

Customer Experience merupakan bentuk penjabaran seluruh pengalaman dari pengguna atas kejadian yang terjadi selama penggunaan baik langsung maupun tidak langsung dengan produk/jasa yang berbentuk personal dan privat (Ayaumi dan Komariah, 2021). *Customer Experience* juga diklasifikasikan menjadi lima hal menurut (Mustikasari dkk, 2021) yaitu pengalaman terhadap *customer service*, pengalaman dalam proses penggunaan, pengalaman lingkungan penyedia jasa. Pengalaman konsumen atau *customer experience* merupakan hasil yang berupa tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari penggunaan yang telah berlangsung.

2.3.1 Dimensi Pengalaman Pelanggan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Amelia, 2017), Schmitt (1999) mengklasifikasikan nilai-nilai pengalaman dalam menggunakan produk/jasa

um yang terbagi menjadi lima, yaitu:

se, nilai pengalaman sensorik meliputi lima panca indera yaitu melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa dan bau



- b. *Feel*, nilai pengalaman emosional meliputi perasaan suasana hati yang positif yang dapat dipicu dengan memahami rangsangan yang dapat membentuk emosi dan ketersediaan konsumen dalam mengambil perspektif dan empati
- c. *Think*, meliputi fungsi kreatifitas dan psikologis pengguna
- d. *Act*, meliputi pengalaman fisik, gaya hidup dan interaksi
- e. *Relate*, meliputi gabungan dari perasaan pribadi dan kepribadian individu serta kesadaran diri pengunjung.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut Hornby (2015) kepuasan memiliki asal dari bahasa latin “*satis*” (baik, sesuai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat. Kepuasan dapat memiliki arti memiliki perasaan yang baik ketika kita berhasil meraih sesuatu yang kita inginkan atau suatu cara untuk pemenuhan kebutuhan dan perbuatan yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah. Mendefinisikan kepuasan pelanggan atau konsumen adalah sesuatu yang melibatkan rasa senang dan rasa kecewa karena membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan. Jika hasilnya sesuai apa yang diharapkan Kotler & Keller (2009). Sedangkan menurut Lupioadi & Hamdani (2006) Kepuasan pelanggan atau konsumen adalah jika apa yang diharapkan oleh konsumen sesuai dengan ekspektasi awal ketika sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Selain itu menurut Kotler yang dikutip dari Lupiyoadi (2013) kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk dan jasa berpengaruh kepada keputusan penggunaan selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah proses pembelian terjadi. Jika pelanggan merasa puas, mereka akan menggunakan produk dan jasa itu kembali dan sebaliknya pelanggan puas terhadap suatu produk atau jasa juga akan memberikan referensi yang baik atas produk itu kepada orang lain. Kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.



Structural Equation Modelling (SEM)

nurut Ghozali (2008) SEM merupakan gabungan dari dua metode statistik

yang terpisah yaitu analisis faktor (*factorial analysis*) yang dikembangkan dalam psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan dalam ekonometrika. Sedangkan Chin (1998) yang mengatakan bahwa model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) adalah teknik analisis multivariat generasi kedua yang menggabungkan analisis faktor dan jalur sehingga memungkinkan peneliti menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara *multiple exogeneous* dan *endogeneous* dengan banyak indikator.

Maruyama (1998) dalam Mustafa & Tony (2012) menyebutkan SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik langsung atau melalui variabel dalam sebuah model teoritis baik langsung atau melalui variabel antara (*intervening or moderating*). SEM adalah model yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian atau *network* model yang lebih rumit. Model persamaan struktural atau SEM merupakan model yang menjelaskan hubungan antara variabel laten sehingga model SEM ini seringkali disebut dengan analisis variabel laten (*latent variable analysis*) atau hubungan struktural linier (*linear structural relationship*).

2.6 Tahapan Penerapan SEM

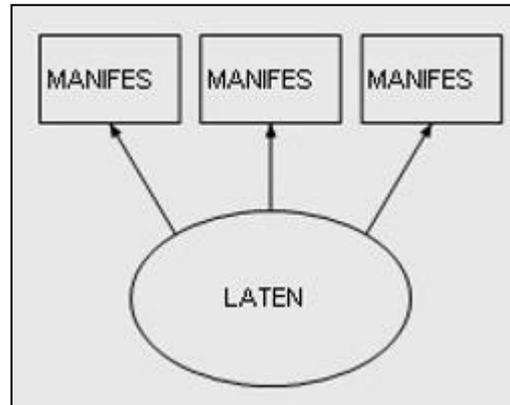
2.6.1 Variabel-variabel dalam *Structrual Equation Modelling* (SEM)

Menurut Sarwono (2010), variabel dalam SEM terbagi menjadi 2, yaitu:

a. Variabel Laten

Variabel Laten adalah variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung/fenomena abstrak/faktor/konstruk. Berikut ini adalah contoh gambar variabel laten.





Gambar 1. Contoh Variabel Laten
Sumber: (Sarwono, 2010)

1. Variabel Laten Eksogenous

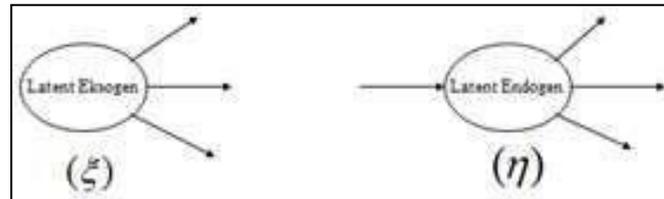
Penyebab fluktuasi nilai – nilai di variabel – variabel laten lainnya dalam model yang dibangun. Perubahan nilai dalam variabel ini tidak dapat diterangkan dengan menggunakan model, tetapi harus mempertimbangkan pengaruh faktor – faktor eksternal lainnya diluar model; sebagai contoh faktor demografi, status sosial dan ekonomi. Bandingkan dengan konsep regresi dan analisis jalur dimana model tidak digunakan untuk memberikan penjelasan perubahan nilai pada variabel bebas (regresi) dan eksogenous (analisis jalur) karena variabel – variabel ini diperlakukan sebagai penyebab perubahan nilai variabel tergantung (regresi) dan variabel endogenous (analisis jalur)

2. Variabel Laten Endogenous

Variabel laten endogenous (variabel *dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogenous dalam model baik secara langsung maupun tidak langsung. Fluktuasi nilai dalam variabel endogenous dapat diterangkan dengan model yang dibangun karena semua variabel laten yang mempengaruhi variabel laten endogenous ini dimasukkan dalam spesifikasi model tersebut.

Berikut adalah contoh gambar dari variabel laten eksogenous dan variabel laten endogenous.

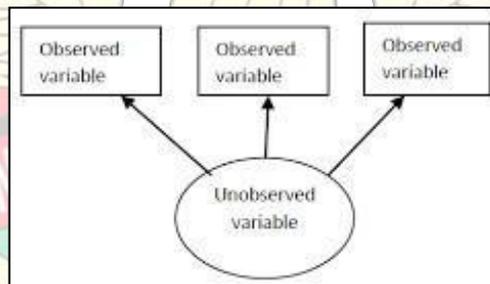




Gambar 2. Contoh Variabel Laten Eksogen dan Endogen
Sumber: (Sarwono, 2010)

b. Variabel Manifes

Variabel indikator atau manifes atau biasa disebut *observed variables* adalah variabel yang dapat diobservasi secara langsung / indikator / referensi.



Gambar 3. Contoh Variabel Manifes
Sumber: (Sarwono, 2010)

2.7 PLS-SEM dan CB-SEM

SEM sendiri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM) yang berbasis kovarian dan *Variance Based Structural Equation Modelling* (VB-SEM) yang berbasis varian. *Partial Least Square* (PLS) dan *Generalized Structural Component Analysis* (GSCA). Kovarian berfungsi untuk menunjukkan hubungan linear yang terjadi antar variabel, seperti X dan Y. Kovarian akan bernilai positif ketika kedua variabel memiliki hubungan positif. Tetapi, kovarian akan bernilai negatif jika, hubungan variabel X dan Y berlawanan. Kovarian akan bernilai nol ketika tidak ada hubungan antara variabel X dan Y. Selain itu, varian ialah

ukuran data dari nilai rata-rata atau *mean* suatu sampel. Varian ini untuk mengukur penyimpangan data tersebut sehingga dapat ukuran untuk variabel-variabel metrik. Didalam definisi matematika, merupakan nilai rata-rata kuadrat dari standar deviasi (Imam, 2014).



Tabel memperlihatkan perbedaan antara CB-SEM dengan PLS-SEM dari segi tujuan penelitian, spesifikasi model pengukuran, model struktural, karakteristik data dan algoritma, evaluasi model maupun software error. Berdasarkan tabel tersebut, tujuan dari penggunaan CB-SEM ialah untuk memvalidasi model dan biasanya membutuhkan sampel yang cukup besar, selain itu ia juga harus memiliki data yang terdistribusi normal dan modelnya telah terspesifikasi. CB-SEM juga biasanya digunakan untuk mengkonfirmasi teori. Sedangkan, PLS-SEM digunakan untuk membangun ataupun mengembangkan teori. Dalam PLS-SEM data yang dimiliki tidak terdistribusi secara normal dan sampel yang dimiliki kecil.

Tabel 1. Perbedaan CB-SEM dan PLS-SEM

Kriteria	CB-SEM	PLS-SEM
Tujuan Penelitian	Menguji teori atau mengkonfirmasi teori (orientasi parameter)	Mengembangkan teori, mengidentifikasi variabel determinan utama dan membangun teori (orientasi prediksi)
Spesifikasi Model Pengukuran	Terdapat error terms yang memerlukan spesifikasi tambahan seperti kovarians dan indikator berbentuk <i>reflective</i>	Tidak ada syarat mengenai <i>error terms</i> dan indikator berbentuk <i>formative</i> dan <i>reflective</i>
Model Struktural	Model dapat berbentuk <i>recursive</i> maupun <i>non-recursive</i> dengan tingkat kompleksitas rendah hingga menengah	Model tidak memiliki hubungan <i>non-recursive</i> , memiliki kompleksitas yang tinggi dengan banyak konstruk
Karakteristik Data dan Algoritma	Terdapat jumlah minimum ukuran sampel (biasanya besar) dan terdistribusi normal (asumsi <i>multivariate normality</i> terpenuhi)	Ukuran sampel kecil dan dapat tidak memenuhi asumsi <i>multivariate normality</i>
Evaluasi Model	Kriteria indeks <i>goodness of fit</i> harus terpenuhi sebelum estimasi parameter	Kriteria indeks <i>goodness of fit</i> tidak apa jika tidak terpenuhi
Software Error	Permasalahan sering muncul pada saat <i>inadmissible solution</i> dan <i>factor indeterminacy</i>	Hampir tidak memiliki masalah dalam proses literasi

Sumber: (Ghozali & Fuad, 2008)



2.8 *Partial Least Square* (PLS-SEM)

Menurut Fornell dan Bookstein (1982) dalam Widjaya (2020) *Partial Least Square* atau PLS merupakan metode analisis yang kuat akibat tidak didasarkan oleh banyaknya asumsi. PLS sendiri memiliki tujuan untuk mengembangkan teori, membangun teori maupun menentukan determinan utama, selain itu ia juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel. Didalam PLS-SEM, ia mampu menghindari dua masalah yang dihadapi oleh CB-SEM, yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy*. Berdasarkan Ghozali (2014) beberap alasan penggunaan PLS dibandingkan CB ialah:

- a. PLS ialah metode analisis data dimana asumsi ukuran sampel tidak harus besar;
- b. PLS dapat digunakan sebagai prediksi dimana ia menganalisis teori yang masih dikatakan lemah (tahap awal pengembangan teori);
- c. PLS dapat memperoleh efisiensi perhitungan algoritma karena menggunakan seri analisis *ordinary least square* (OLS);
- d. Pada PLS diasumsikan bahwa semua ukuran varians dapat digunakan untuk masing-masing variabel;
- e. PLS tidak memperhatikan distribusi data normal ataupun tidak.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi atas permasalahan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.



Tabel 2. Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Arie Indra Gunawan, Arizzal Maulana Primayandi dan Dlukha Nurkholik (2021)	<i>Examining Passengers' Satisfaction with Public Transportation in The Rise of Health Concerns</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pengguna jasa kereta api jarak jauh di Stasiun Bandung. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode SPSS dan SEM-PLS.	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>passengers perceived the safety, Service Quality, Satisfaction</i> , dan <i>Reuse Intention</i> berpengaruh secara positif. Kemudian <i>perceived safety</i> dan <i>perceived Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>passengers satisfaction</i> . Tambahan, kepuasan meningkatkan keinginan untuk menggunakan kembali niat untuk layanan kereta api jarak jauh.
2.	Yuning Wang, Zhe Zhang, Mengyuan Zhu, dan Hexian Wang (2020)	<i>The impact of Service Quality and Customer satisfaction on Reuse Intention in urban rail Transit intianjin, China.</i>	Model penelitian menggunakan teknik statistik multivariabel untuk menyelesaikan struktur kompleks dengan model analisis SEM.	Hasil penelitian menunjukkan persepsi penumpang terhadap kualitas pelayanan, dan menganalisis keterkaitan antara layanan, kualitas, kepuasan pelanggan, dan niat penggunaan kembali.
3.	Kevin, Fitri Novika Widjaja, dan Veny Megawati (2022)	<i>The Influence of Environment Concern, Norm Description, Service Satisfaction on Behavioral Intention of Suroboyo Bus Passenegers in Surabaya</i>	Penelitian ini menggunakan model integratif berdasarkan <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) untuk menganalisis kepuasan pelayanan, dan kepedulian lingkungan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Environmental Concern</i> berpengaruh positif terhadap <i>Subjective Norms</i> . <i>Subjective Norms</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i> . <i>Service Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i> .
4.	Xiaoyun Cheng, Yu Cao, Kun Huang, dan Yuejiao Wang (2018)	<i>Modeling the Satisfaction of Bus Traffic Transfer Service Quality at a High-peed. Railway Station</i>	Melakukan analisis statistik menggunakan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Service Quality</i> berpengaruh positif yang signifikan terhadap <i>satisfaction</i> dan <i>perceived value</i> serta <i>Perceived value</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>satisfaction</i> .



No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Nurahman, Ikshan (2021)	<i>The Effect of Customer Value And Customer Experience On Repurchase Decisions Thorough Customer Satisfaction On Grab Online Transportation</i>	Melakukan analisis statistik menggunakan <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Customer Value</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Repurchase Decisions</i> pada transportasi online Grab. <i>Customer Experience</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Repurchase Decisions</i> pada transportasi online Grab. <i>Customer Value</i> dan <i>Customer Experience</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Repurchase Decisions</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada transportasi online Grab.

Perbandingan tiap penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Metode	Variabel Penelitian			
			Kualitas Layanan	Nilai Pelanggan	Pengalaman Pelanggan	Kepuasan Pelanggan
1.	Yuning Wang, dkk. (2020)	SEM	√			√
2.	Kevin, dkk. (2022)	SEM			√	√
3.	Xiaoyun Cheng, dkk. (2018)	SEM	√	√		√
4.	Nurhaman, dkk. (2021)	SEM		√	√	√
5.	Juan deOña (2021)	SEM	√			√
6.	Penulis (2023)	SEM	√	√	√	√

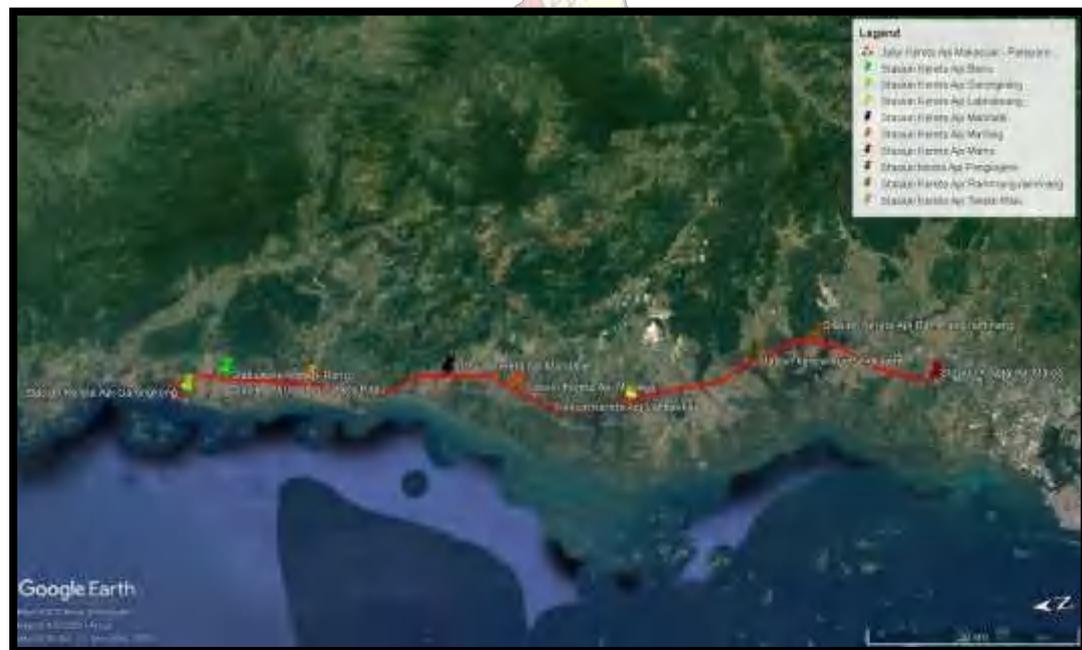
Berdasarkan penelitian terdahulu, terlihat persamaan dengan penelitian ini, yaitu pada penggunaan metode analisisnya menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM). Selain itu persamaan yang terlihat pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel yang diteliti mengenai kualitas layanan, kualitas informasi, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan pada studi transportasi umum. Walaupun sudah menggunakan variabel-variabel tersebut namun penelitian terdahulu yang menginterasikan kelima variabel belum ada.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 yang berlokasi di beberapa stasiun Kereta Api Sulawesi Selatan yang di antara lain di Kabupaten Maros, Pangkep, dan Barru, Provinsi Sulawesi Selatan.

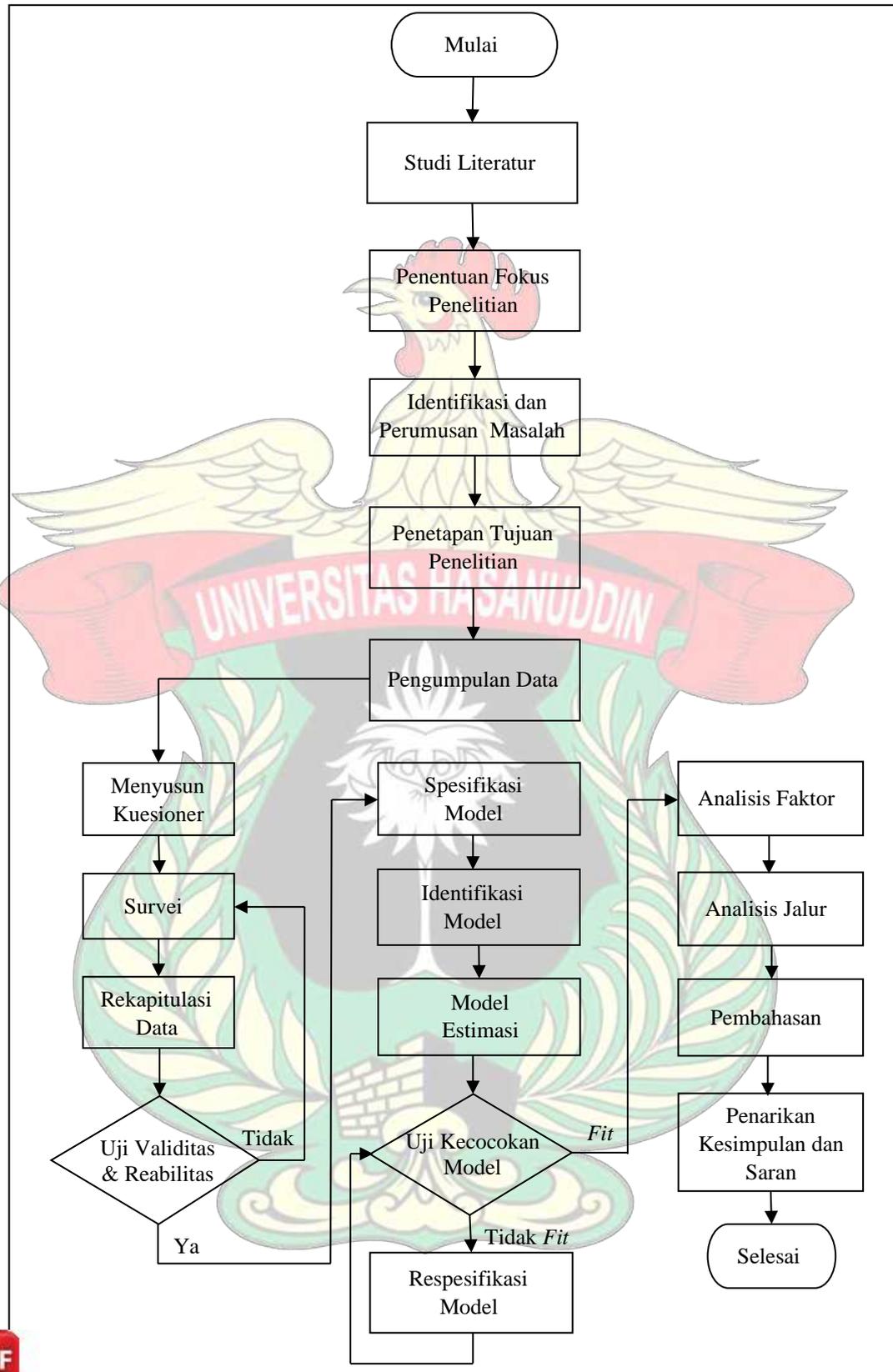


Gambar 4. Lokasi Penelitian di Stasiun Kereta Api Sulawesi Selatan

3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.





Gambar 5. Flowchart Penelitian

