



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSJAKARTA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL

Nurkis Dianti¹, Husna Leila Yusran², Alvina Hasanah Rachmadanty³, Danang Islami⁴, Rupilau⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Indonesia

Keywords:

Servqual;
Kepuasan
Pelanggan;
Transjakarta;
Transportasi Umum

Abstract. The purpose of the study is to observe and discuss the quality of the services of Transjakarta public transportation according to the Service Quality (SERVQUAL) method. The study uses a quantitative methodology that is descriptive and a total of 136 respondents who are frequent Transjakarta users take part in this study. The data source will be represented by primary data obtained using an online questionnaire, which will be evaluated with the help of a Likert scale to measure the two aspects in this study, Expectations (E) and Perceptions (P), on the five dimensions of SERVQUAL: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. It is an analysis technique of a gap analysis approach, which has been tested on IBM SPSS statistics. The findings reveal that the five service quality dimensions have a negative value and the mean difference between them is -0.295. This means that the quality of services provided by Transjakarta is yet to reach the optimal level as desired by passengers. In the meantime, the primary dimension that should be stressed in this study is Reliability that demonstrates the least value of -0.331. This observation is due to the perception that passengers have irregular arrival times and time in transit by the buses. Conversely, the Responsiveness and Empathy dimensions record somewhat more positive scores compared to the rest of the dimensions, which means that the performance and politeness of the Transjakarta staff are viewed as good. The overall findings in this research lead to the conclusion that the quality of the services provided is satisfactory but there are still some areas where it needs to be improved, especially the organization of the operational schedule.

Corresponding author

Email: husna.leila@trisakti.ac.id



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



1. PENDAHULUAN

Masyarakat perkotaan terutama pada kota metropolitan seperti Jakarta memiliki mobilitas yang tinggi. Tingginya mobilitas dalam kehidupan masyarakat ini memerlukan peranan transportasi umum sebagai pendukung, salah satunya adalah transportasi publik. Mobilitas yang tinggi disebabkan oleh kepadatan penduduk dan tingginya tingkat urbanisasi yang tentunya membuat kebutuhan akan transportasi publik yang aman semakin meningkat. Transportasi publik yang hingga saat ini terus dikembangkan oleh pemerintah adalah Transjakarta yang kini telah berkembang dengan menggunakan sistem Bus Rapid Transit (BRT) untuk mengurangi kemacetan dan meningkatkan efisiensi mobilitas perkotaan. Perkembangan Transjakarta tidak hanya difokuskan pada operasionalnya saja, namun juga pada kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan data Transjakarta (2025), diketahui bahwa urgensi terhadap peningkatan kualitas layanan Transjakarta semakin kuat apabila dilihat dari tingginya jumlah pengguna. Tahun 2024 silam, Transjakarta melayani sebanyak 371,4 juta pelanggan, yang mana rata-rata yang didapat adalah lebih dari 1 juta pelanggan per hari. Selain itu, jumlah armada TransJakarta pada tahun yang sama mencapai 4.388-unit dengan 242 rute, menunjukkan bahwa layanan ini memiliki skala operasional yang sangat besar dalam sistem transportasi publik perkotaan. Berdasarkan data BPS (2025) data yang ditunjukkan adalah pada Desember 2024 lalu jumlah penumpang mencapai kenaikan sebanyak 14,45% dibandingkan dengan data tahun 2023. Ini menunjukkan bahwa Transjakarta memiliki posisi yang penting namun juga memiliki tantangan yang besar juga dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan yang diberikan. Kenaikan ini tidak luput dari tantangan yang dihadapi oleh TransJakarta, yang mana pelayanan menjadi isu penting. Pada tahun 2024, Indeks Kepuasan Pelanggan TransJakarta mencapai 4,40 dan Net Promoter Score sebesar 70,1%, yang menunjukkan bahwa persepsi pelanggan secara umum berada pada kategori baik. Namun, angka tersebut belum sepenuhnya menunjukkan adanya kepuasan terkait isu layanan terutama mengenai keterlambatan dan waktu tunggu. Selain itu, kasus keterlambatan juga masih terjadi, misalnya pada Koridor 13 yang mengalami peningkatan waktu tempuh dari 7 menit menjadi 39 menit dan menyebabkan antrean penumpang menjadi lebih padat. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peningkatan kinerja layanan secara umum dengan pengalaman aktual yang dirasakan sebagian pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan aspek krusial yang menentukan kesuksesan pada transportasi publik terutama pada transportasi publik seperti Transjakarta. Menurut (Tandilino et al., 2023), apabila sebuah perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik maka perusahaan tersebut memiliki nilai yang unggul dibandingkan dengan perusahaan lain dan kunci dalam mencapai kesuksesan. Selain itu, menurut (Dimas et al., 2021) kualitas pelayanan menunjukkan aspek dan ciri khas dari perusahaan dan juga mempengaruhi persepsi dari pelanggan. Kualitas pelayanan didefinisikan secara akademik sebagai perbandingan kognitif antara tingkat harapan yang ideal dimiliki konsumen terhadap layanan yang akan diterima dengan kenyataan atau kinerja aktual layanan yang dirasakan setelah mengonsumsi layanan tersebut (Hidayat et al., 2022). Dalam hal ini, pelayanan tidak hanya memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan namun juga secara langsung berdampak pada kepuasan pelanggan, yang mana apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat yang secara otomatis berpengaruh pada loyalitas pelanggan (Cantika & Wirdianto, 2022).

Salah satu pengukuran kualitas layanan yang teruji adalah dengan model SERVQUAL. Model SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yang mencakup *Tangibles* (bukti fisik yang kasat mata),



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Reliability (keandalan dan kemampuan menepati janji layanan), *Responsiveness* (ketanggapan dan kecepatan dalam membantu pelanggan), *Assurance* (jaminan kompetensi dan keamanan petugas), dan *Empathy* (empati dan perhatian personal) (Ciputra dan Prasetya, 2020). Berdasarkan fakta lapangan, ditemukan bahwa banyak pelanggan yang kepuasannya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Salah satunya ada pada penelitian yang dilakukan oleh (Atmojo dan Widodo, 2022) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan secara signifikan oleh kualitas pelayanan. Ketika performa yang ditunjukkan oleh staf dinilai mengecewakan, konsumen cenderung langsung beralih ke kompetitor. Sejalan dengan argumen tersebut, kepuasan pelanggan akan tereskalasi sewaktu performa kualitas pelayanan disuguhkan secara optimal (Lesmana et al., 2021). Namun, terdapat inkonsistensi dari sejumlah literatur terdahulu yang memicu munculnya celah riset. Sebagai contoh, kepuasan pelanggan ditemukan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, meskipun keterkaitan antar keduanya tetap ada (Slamet dan Sulistiyowati, 2022).

Penelitian terdahulu umumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil penelitian masih menunjukkan perbedaan. Sebagian penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan. Selain itu, sebagian penelitian masih membahas kualitas pelayanan secara umum dan belum secara tegas mengaitkan dimensi SERVQUAL dengan fenomena aktual pada layanan TransJakarta, seperti peningkatan jumlah pengguna, keterlambatan headway, kepadatan pelanggan, dan indeks kepuasan pelanggan. Maka dari itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menempatkan kualitas pelayanan dalam konteks masalah operasional transportasi publik yang sedang terjadi. Oleh karena adanya kesenjangan ini, maka peneliti bertujuan untuk meneliti mengenai pengaruh dari kualitas layanan dengan metode SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada TransJakarta.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Expectation Disconfirmation Theory

Teori ini dikemukakan pertama kalinya oleh Oliver (1980) yang menjelaskan tentang proses terciptanya kepuasan pelanggan berakar dari komparasi antara ekspektasi awal yang dimiliki konsumen terhadap sebuah layanan dengan performa riil yang mereka alami secara langsung pasca-konsumsi. Ketika realita dari layanan yang diperoleh mampu menyamai atau melampaui apa yang diantisipasi, hal tersebut dikategorikan sebagai *positive disconfirmation* yang menjadi indikator kuat tercapainya kepuasan pelanggan. Namun, apabila sebaliknya, maka akan terjadi *negative disconfirmation* yang menunjukkan ketidakpuasan. Relevansi teori ini dengan penelitian ini adalah penumpang TransJakarta berharap untuk dapat tepat waktu dalam menunggu kedatangan bus. Apabila sesuai dengan yang diharapkan maka secara otomatis penumpang akan merasa puas, namun apabila tidak maka penumpang akan merasa ketidakpuasan.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Prasetyo dan Yusran (2022), Kualitas pelayanan merupakan aspek krusial yang menentukan kesuksesan pada transportasi publik terutama pada transportasi publik seperti Transjakarta. Menurut (Tandilino et al., 2023), apabila sebuah perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik maka perusahaan tersebut memiliki nilai yang unggul dibandingkan dengan perusahaan lain dan kunci dalam mencapai kesuksesan. Selain itu, menurut (Dimas et al., 2021) kualitas pelayanan menunjukkan aspek dan ciri khas dari perusahaan dan juga mempengaruhi persepsi dari pelanggan. Salah satu pengukuran kualitas layanan yang teruji adalah dengan model SERVQUAL. Model SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yang mencakup *Tangibles* (bukti fisik yang kasat mata), *Reliability* (keandalan dan kemampuan menepati janji layanan), *Responsiveness* (ketanggapan dan kecepatan dalam membantu pelanggan), *Assurance* (jaminan kompetensi dan keamanan petugas), dan *Empathy* (empati dan perhatian personal). Kualitas pelayanan didefinisikan secara akademik sebagai perbandingan kognitif antara tingkat harapan yang ideal dimiliki konsumen terhadap layanan yang akan diterima dengan kenyataan atau kinerja aktual layanan yang dirasakan setelah mengonsumsi layanan tersebut (Elfi dan Suryani, 2025). Dalam hal ini, pelayanan tidak hanya mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan namun juga secara langsung berdampak pada kepuasan pelanggan, yang mana apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat yang secara otomatis berpengaruh pada loyalitas pelanggan (Rezeki et al, 2021).

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai bentuk reaksi emosional berupa rasa kecewa ataupun bahagia yang muncul dari proses komparasi antara ekspektasi personal dengan realitas performa *service* yang didapatkan. Rasa puas tersebut bakal tercipta kala mutu *service* mampu menyamai bahkan melampaui apa yang dinantikan, sementara kesenjangan yang terjadi di antaranya akan memicu munculnya rasa kecewa atau ketidakpuasan (Pelealu et al., 2021). Kepuasan pelanggan memegang kendali dalam menjamin keberlangsungan operasional suatu bidang layanan, sebab konsumen yang terpenuhi keinginannya memiliki kecenderungan kuat untuk menggunakan kembali layanan tersebut, memberikan impresi yang baik, serta bersedia merekomendasikannya kepada orang lain demi membentuk loyalitas pelanggan. Dalam konteks layanan publik, kepuasan pelanggan juga mencerminkan efektivitas kebijakan dan kinerja penyedia layanan (Nainggolan et al, 2022).

2.4. Hubungan Antarvariabel

2.4.1 Pengaruh Tangibles terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi tangibles berkaitan dengan bukti fisik layanan, seperti kondisi berupa kebersihan halte, hingga tampilan para petugasnya. Adanya fasilitas fisik yang bersih, aman dan nyaman dapat memberikan kesan yang positif bagi para pelanggan terhadap kualitas layanan. Apabila pelanggan merasa bahwa armada dan halte TransJakarta layak digunakan, mudah diakses, dan mendukung kenyamanan perjalanan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, fasilitas yang kurang terawat, halte yang padat, atau kondisi bus yang tidak nyaman dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis yang terbentuk dalam pernyataan ini adalah:



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



H1a. Tangibles berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H1o. Tangibles berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2.4.2 Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi Reliability berkaitan dengan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memberikan konsistensi pelayanan yang baik berupa kecepatan dan sesuai dengan janji yaitu tepat waktu. Apabila TransJakarta mampu memberikan layanan yang tepat waktu dan cepat secara konsisten, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Namun sebaliknya apabila perusahaan tidak mampu memberikan konsistensi yang diinginkan, maka pelanggan akan mengalami ketidakpuasan. Oleh karena itu, hipotesis yang terbentuk dari pernyataan ini adalah.

H2a. Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H2o. Reliability berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2.4.3 Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi Responsiveness bertumpu pada aspek kecepatan kerja dari para staf sewaktu menghadirkan pelayanan. Indikator Responsiveness ini diukur dari cara pihak internal menunjukkan aksi yang cekatan juga responsif saat mendampingi publik serta menyajikan data utama yang dibutuhkan konsumen. Apabila petugas memiliki respons yang cepat dan tanggap maka secara otomatis pelanggan akan merasakan kepuasan. Namun sebaliknya, apabila tidak ada respons yang baik dari petugas, maka akan muncul ketidakpuasan. Oleh karena itu, hipotesis yang terbentuk dari pernyataan ini adalah

H3a. Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H3o. Responsiveness berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2.4.4 Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi Assurance berkaitan dengan bagaimana jaminan dan keamanan yang bisa diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan. Assurance yang dimaksud adalah bagaimana perusahaan memberikan rasa aman kepada pelanggan selama perjalanan dan juga ketertiban layanan para petugasnya. Apabila petugas mampu memberikan rasa aman dan informasi yang jelas, maka pelanggan akan merasa puas dan percaya dengan perusahaan. Namun, sebaliknya apabila tidak ada rasa aman dan informasi yang jelas terkait perjalanan, maka pelanggan akan tidak yakin dan muncul ketidakpuasan. Oleh karena itu, hipotesis yang terbentuk dari pernyataan ini adalah

H4a. Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H4o. Assurance berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2.4.5 Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi Empathy berkaitan dengan sejauh mana rasa peduli dan perhatian para petugas terhadap pelanggan. Empathy dapat ditunjukkan melalui sikap ramah para petugas dan kepedulian petugas terhadap pelanggan prioritas seperti lansia, ibu hamil hingga penyandang disabilitas. Adanya



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



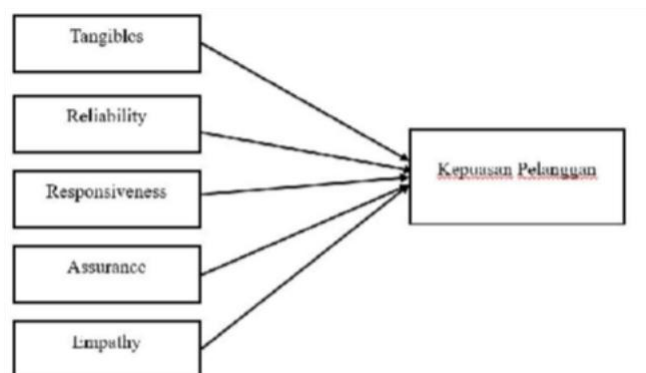
pelayanan ini dapat membuat pelanggan merasa puas dan merasa diperhatikan oleh petugas. Namun sebaliknya, apabila petugas tidak menunjukkan kepedulian, maka pelanggan akan merasa terabaikan dan muncul ketidakpuasan. Oleh karena itu, hipotesis yang terbentuk dari pernyataan ini adalah

H5a. Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H5o. Empathy berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2.5 Kerangka Pikir

Berdasarkan keseluruhan hipotesis, maka dapat dibentuk kerangka pikir sebagai berikut



3. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah desain penelitian kuantitatif karena desain penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data numerik guna memberikan penjelasan sistematis tentang hubungan antara variabel-variabel (Hermawan & Yusran, 2017). (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif dilakukan untuk menganalisis suatu populasi atau sampel menggunakan alat yang terstruktur, dan tujuannya adalah untuk mengonfirmasi atau membantah hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk mendukung pandangan ini, penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap layanan Transjakarta.

Sampel yang digunakan dalam studi ini mencakup semua orang yang pernah menggunakan layanan Transjakarta. Menurut (Sugiyono, 2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup pemilihan subjek atau objek oleh peneliti untuk diteliti dan di mana kesimpulan dibuat. Berdasarkan definisi ini, atribut yang diperlukan dalam penelitian ini adalah pelanggan sebelumnya dari Transjakarta dan merupakan pelanggan aktif. Sebanyak total 130 peserta yang dipilih dalam menetapkan sampel dalam penelitian ini. Sampel dipilih berdasarkan metode sampling purposif non-probabilitas, di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Menurut (Sugiyono, 2019), konsep sampling purposif memungkinkan peneliti untuk mendefinisikan sampel secara sebelumnya berdasarkan pertimbangan spesifik yang relevan dengan studi. Kriteria penting yang harus digunakan dalam kasus ini adalah responden harus pernah menggunakan layanan transportasi terkhususnya Transjakarta setidaknya sekali agar data yang diperoleh tentang pengalaman pengguna akurat.

Rumus penentuan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = N/1 + N(e)^2$$



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



$$n = 371.400.000 / 1 + 371.400.000 (0,10)^2$$

$$n = 371.400.000 / 3.714.001$$

$$n = 99,99 = 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan 130 responden, sehingga jumlah tersebut telah melebihi batas minimal sampel yang diperlukan dan dianggap layak untuk dianalisis secara kuantitatif.

Kuesioner online digunakan untuk mengumpulkan data, yang mencakup pertanyaan tertutup dan terstruktur yang dikembangkan dalam skala Likert. Seperti yang ditekankan oleh (Sugiyono, 2019), kuesioner sangat berguna sebagai alat penelitian kuantitatif karena dapat membantu mengumpulkan jawaban standar dari sejumlah besar responden dalam waktu singkat dan memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang dapat diandalkan, terutama dalam situasi di mana responden dapat berada di berbagai lokasi secara global. Kuesioner tersebut juga didistribusikan secara online, sehingga sangat mudah diakses oleh responden.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
X1	Tangibles	Kondisi fisik halte dan bus yang bersih, nyaman, fasilitas berfungsi baik, serta informasi dan petunjuk mudah dipahami.	Likert 1-5
X2	Reliability	Ketepatan jadwal, konsistensi waktu perjalanan, kelancaran sistem layanan, serta keakuratan informasi.	Likert 1-5
X3	Responsiveness	Kecepatan petugas dalam membantu, menanggapi keluhan, dan memberikan informasi kepada penumpang.	Likert 1-5
X4	Assurance	Rasa aman, kompetensi petugas, serta fasilitas dan aturan keselamatan yang memadai.	Likert 1-5
X5	Empathy	Perhatian petugas terhadap kebutuhan penumpang, keramahan pelayanan, kenyamanan seluruh penumpang, serta ketersediaan fasilitas bagi penumpang berkebutuhan khusus.	Likert 1-5
Y	Kepuasan Pelanggan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Transjakarta.	Likert 1-5

Sumber: Peneliti (2025)

Hasil yang diperoleh kemudian dianalisis dengan bantuan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Menurut (Sugiyono, 2019), penelitian kuantitatif mencakup analisis data sebagai proses statistik pengujian hipotesis dan interpretasi data empiris. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



digunakan sebagai titik awal analisis untuk menggambarkan karakteristik responden dan tren jawaban. Untuk memeriksa akurasi pengukuran, validitas dan reliabilitas instrumen diuji. Teknik statistik inferensial kemudian diterapkan untuk menganalisis hubungan antara variabel berdasarkan tujuan penelitian. Pemilihan SPSS didasarkan pada alat analisis yang luas dan akurat, yang memungkinkan peneliti bekerja dengan data numerik dan menafsirkannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berdasarkan pada penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan Transjakarta. Data yang dianalisis mencakup karakteristik responden, termasuk jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk menggambarkan profil pengguna Transjakarta yang menjadi objek penelitian. Ini dapat membantu memahami konteks persepsi responden terhadap kualitas layanan berdasarkan pendekatan ServQual.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada menunjukkan bahwa pengguna layanan Transjakarta didominasi oleh Perempuan sebanyak 73 responden atau 56,2%, sementara responden laki-laki berjumlah 57 orang atau 43,8%. Persentase ini menunjukkan bahwa perempuan cukup banyak menggunakan Transjakarta sebagai moda transportasi utama dalam kegiatan sehari-hari.

Dilihat dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 17 hingga 25 tahun, dengan persentase 51,5% atau sebanyak 67 responden. Selanjutnya, responden berusia 25 hingga 35 tahun mencapai 37,7% atau 49 responden. Dominasi kelompok usia muda dan produktif ini menunjukkan bahwa Transjakarta banyak digunakan oleh orang-orang dengan tingkat mobilitas tinggi, seperti pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Di sisi lain, responden di bawah 17 tahun dan di atas 45 tahun masing-masing hanya sebesar 1,5%, menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut relatif sedikit menggunakan layanan Transjakarta.

Berdasarkan domisili sebagian besar responden tinggal di DKI Jakarta, yaitu sebanyak 81 responden atau 62,3%. Selain itu, responden yang berasal dari Bodetabek mencapai 33,8% atau sebanyak 44 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa Transjakarta tidak hanya melayani masyarakat Jakarta, tetapi juga menjadi pilihan transportasi bagi komuter dari daerah sekitar. Responden dari luar Jabodetabek hanya sebesar 3,8% atau 5 responden. Ini menunjukkan bahwa penggunaan Transjakarta oleh kelompok ini bersifat terbatas atau tidak rutin.

Dilihat dari karakteristik pekerjaan, responden didominasi oleh karyawan swasta dengan persentase 40,0% atau 52 responden. Selain itu, pelajar atau mahasiswa mencapai 39,2% atau 51 responden. Responden yang berstatus pegawai negeri atau ASN mencapai 20,0% atau 26 responden, sementara itu rumah tangga hanya sebesar 0,8%. Komposisi ini menunjukkan bahwa Transjakarta banyak digunakan oleh kelompok masyarakat yang memiliki aktivitas rutin dan terjadwal.

Dari sisi pendapatan, mayoritas responden berada pada kelompok pendapatan menengah, khususnya dalam rentang Rp3.000.000 hingga Rp5.000.000 per bulan. Persentasenya sebesar 36,2% atau 47 responden. Responden dengan pendapatan Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000 mencapai 26,9%, sementara kelompok pendapatan Rp5.000.000 hingga Rp10.000.000 sebesar 25,4%. Di sisi lain,



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



responden dengan pendapatan di bawah Rp1.000.000 dan di atas Rp10.000.000 masing-masing hanya sebesar 9,2% dan 2,3%. Distribusi pendapatan ini menunjukkan bahwa Transjakarta digunakan oleh berbagai lapisan ekonomi, terutama masyarakat kelas menengah yang mempertimbangkan efisiensi biaya dan kualitas layanan yang diterima.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel SERVQUAL atau kualitas pelayanan, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini terdiri dari 25 indikator pernyataan yang menggambarkan beberapa aspek pelayanan, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing indikator lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0,172. Artinya, seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan telah memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

Nilai r hitung pada variabel kualitas pelayanan berada pada rentang 0,519 hingga 0,661. Nilai terendah terdapat pada indikator X14, yaitu sebesar 0,519, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator X6, yaitu sebesar 0,661. Meskipun terdapat perbedaan nilai korelasi antarindikator, seluruh nilai tersebut tetap berada di atas batas minimal r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki hubungan yang cukup kuat dengan total skor variabel kualitas pelayanan. Artinya, masing-masing indikator mampu mengukur konstruk kualitas pelayanan secara tepat dan relevan dengan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, seluruh indikator pada variabel SERVQUAL dinilai layak untuk digunakan dalam tahap analisis data berikutnya.

Selanjutnya, hasil uji validitas pada variabel Kepuasan Pelanggan juga menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 5 indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan yang diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai r hitung pada variabel ini berada pada rentang 0,510 hingga 0,551. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,172, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada variabel kepuasan pelanggan memenuhi syarat validitas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang konsisten dan stabil apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha, di mana nilai minimal 0,70 dianggap sebagai batas standar untuk menyatakan instrumen reliabel (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan hasil analisis, variabel SERVQUAL (X), yang merepresentasikan kualitas pelayanan TransJakarta, memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,913. Nilai ini jauh di atas batas minimal 0,70, sehingga menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdiri dari lima dimensi SERVQUAL, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Artinya, responden memberikan jawaban yang relatif stabil terhadap semua indikator, sehingga setiap item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu mengukur konstruk yang sama dengan tepat dan konsisten.

Sementara itu, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,848, yang juga berada di atas batas minimal standar reliabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa item-



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



item pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan TransJakarta mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Dengan kata lain, persepsi responden mengenai kepuasan layanan diukur dengan instrumen yang andal, sehingga kesimpulan yang diperoleh dari analisis data dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian, jumlah data yang dianalisis sebanyak 130 observasi dengan nilai mean residual sebesar 0,000 dan standar deviasi sebesar 2,658. Nilai statistik Kolmogorov–Smirnov yang diperoleh adalah 0,092 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa residual dalam model penelitian terdistribusi secara normal dan tidak mengalami penyimpangan yang signifikan, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi dan analisis regresi linear dapat dilanjutkan tanpa adanya kendala statistik.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi dari variabel kualitas layanan (X) terhadap nilai absolute residual sebesar 0,180. Nilai ini berada di atas batas signifikansi 0,05, yang menandakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan kata lain, varians residual relatif konstan di seluruh rentang nilai variabel kualitas layanan, sehingga tidak membentuk pola tertentu yang mencolok pada scatter plot residual.

Selain itu, nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing sebesar 1,000, menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas yang signifikan yang dapat memengaruhi asumsi heteroskedastisitas. Kondisi ini memperkuat kesimpulan bahwa model regresi aman dan memenuhi asumsi homoskedastisitas. Secara keseluruhan, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi klasik, sehingga interpretasi terhadap koefisien regresi dan pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan valid. Model ini memberikan keyakinan bahwa hubungan yang teramati antara kualitas layanan dan hasil pengukuran tidak dipengaruhi oleh penyimpangan varians residual.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Kepuasan pelanggan berada di angka 16,301 apabila kondisi kualitas pelayanan stagnan atau sama dengan nol, seperti yang ditunjukkan oleh nilai konstanta tersebut. Lalu, efek searah terlihat dari koefisien regresi kualitas pelayanan yang bernilai positif sebesar 0,111, artinya kepuasan pelanggan bakal terangkat naik sebanyak 0,111 satuan untuk setiap penambahan satu satuan pada kualitas pelayanan. Hubungan positif ini diperkuat oleh hasil uji t dengan perolehan t hitung 7,438 serta angka signifikansi 0,000 (jauh lebih kecil dari ambang batas 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Uji R Square

Berdasarkan hasil Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,539. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan/SERVQUAL (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) berada pada kategori sedang/cukup kuat dan memiliki arah hubungan positif. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan TransJakarta, maka kepuasan pelanggan cenderung semakin meningkat. Nilai R Square sebesar 0,501 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 50,1%. Dengan kata lain, sebesar 50,1% perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti tarif, aksesibilitas rute, kepadatan penumpang, keamanan perjalanan, pengalaman pribadi pengguna, atau faktor eksternal lainnya. Sebesar 40,6% kapasitas yang dimiliki oleh variabel kualitas pelayanan untuk memaparkan kepuasan pelanggan terlihat dari perolehan nilai Adjusted R Square yang menyentuh angka 0,406, kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,6%. Nilai ini tetap menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan TransJakarta.

Uji F

Berdasarkan hasil uji ANOVA, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan dan layak untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, kualitas pelayanan TransJakarta sebagai variabel independen memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Namun, nilai F hitung pada tabel perlu diperiksa kembali karena terdapat ketidaksesuaian antara nilai F sebesar 0,191 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan TransJakarta. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep kepuasan pelanggan, yang mengacu pada momen saat konsumen menimbang harapan awal terhadap suatu jasa dengan performa riil yang diterima setelah proses konsumsi. Ketika hasil yang didapatkan mampu menyamai atau justru melebihi harapan tersebut, terjadilah perasaan puas. Sebaliknya, kekecewaan muncul apabila kinerja jasa yang didapat berada di bawah standar harapan. Pandangan ini sejalan dengan teori dari Hidayat et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipatok dari cara konsumen membandingkan standar ideal yang diinginkan dengan pembuktian di lapangan setelah menikmati jasa tersebut. Dalam konteks TransJakarta, pelanggan memiliki harapan terhadap layanan yang tepat waktu, nyaman, aman, mudah diakses, serta didukung oleh petugas yang responsif. Oleh karena itu, apabila kualitas pelayanan TransJakarta mampu memenuhi harapan tersebut, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan konsep SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Menurut Ciputra dan Prasetya (2020), kelima dimensi SERVQUAL mencakup bukti fisik layanan, keandalan pelayanan, ketanggapan petugas, jaminan layanan, serta empati terhadap pelanggan. Dalam konteks TransJakarta, dimensi tangibles dapat dilihat dari kondisi fisik bus, kebersihan halte, kenyamanan fasilitas, serta kejelasan papan informasi. Dimensi reliability berkaitan dengan ketepatan waktu, konsistensi jadwal, dan keandalan rute layanan. Dimensi responsiveness terlihat dari kecepatan petugas dalam membantu pelanggan dan merespons keluhan. Dimensi assurance berkaitan dengan rasa



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



aman, kompetensi petugas, dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan. Sementara itu, dimensi empathy berkaitan dengan perhatian petugas terhadap kebutuhan pelanggan, termasuk penumpang prioritas. Apabila kelima dimensi tersebut terpenuhi dengan baik, maka pelanggan akan memiliki persepsi positif terhadap layanan TransJakarta dan merasa puas terhadap pengalaman perjalanan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atmojo dan Widodo (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat membentuk pengalaman positif bagi pelanggan dan mendorong peningkatan kepuasan. Temuan ini juga didukung oleh Lesmana et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan secara maksimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks TransJakarta, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, baik dari sisi fasilitas, ketepatan waktu, keamanan, respons petugas, maupun perhatian terhadap pelanggan, maka semakin tinggi pula kemungkinan pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diterima. Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Rezeki et al. (2021), yang menjelaskan pentingnya peran kualitas pelayanan demi memicu rasa puas pada konsumen. Ketika performa operasional digarap secara optimal, kesan positif yang terbangun akan membuat masyarakat merasa bahwa hal tersebut sanggup menjawab segala keperluan serta harapan mereka. Oleh karena itu, studi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama bagi pengelola angkutan umum demi mempertahankan serta memacu kepuasan pelanggan ke tahapan yang lebih tinggi.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan TransJakarta. Temuan penelitian ini mendukung konsep SERVQUAL yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan konsep kepuasan pelanggan yang menekankan bahwa kepuasan terbentuk ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, pengelola TransJakarta perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek keandalan layanan, ketepatan waktu, kenyamanan fasilitas, keamanan, ketanggapan petugas, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Peningkatan kualitas pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan transportasi TransJakarta yang diukur menggunakan metode SERVQUAL berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai koefisien regresi positif serta tingkat signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) dalam penelitian ini diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh TransJakarta, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Lima dimensi SERVQUAL yang mencakup tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara keseluruhan mampu merepresentasikan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan TransJakarta. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



yang perlu diperhatikan oleh penyedia layanan transportasi publik dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa pihak pengelola TransJakarta perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, terutama dalam aspek operasional yang berhubungan langsung dengan pengalaman pelanggan. Peningkatan konsistensi layanan, ketepatan waktu operasional, serta kualitas interaksi antara petugas dan penumpang diharapkan dapat memberikan pengalaman perjalanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, TransJakarta juga berpotensi meningkatkan loyalitas pengguna serta memperkuat citra sebagai moda transportasi publik yang andal dan berkualitas.

Ruang lingkup kajian ini masih menemui sejumlah kekurangan. Hambatan awal muncul karena pengumpulan data cuma mengandalkan sudut pandang personal publik melalui angket, sehingga keakuratan data bertumpu pada penilaian masing-masing individu. Kendala berikutnya yaitu fokus bahasan hanya terpaku pada kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. Studi ini belum mengikutsertakan parameter tambahan yang mungkin akan berdampak, misalnya loyalitas pelanggan, ataupun kepercayaan pelanggan. Target objek yang mengisi survei sebatas masyarakat yang menaiki TransJakarta pada jangka waktu spesifik saja. Berdasarkan dari kekurangan tersebut, studi ke depannya dianjurkan buat memperluas skema pemikiran melalui penyertaan poin-poin baru yang sesuai, menggunakan teknik bedah data, hingga memperbanyak total maupun variasi karakter subjek yang diteliti. Studi berikutnya dapat menerapkan opsi kualitatif ataupun mixed methods agar dapat gambaran yang jauh lebih utuh terkait apa yang dirasakan beserta ekspektasi publik pada layanan transportasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cantika, T., & Wirdianto, E. (2022). *Analysis of the Effect of E-Service Quality on E-Commerce Customer Satisfaction and Loyalty Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce*. 209–222.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*. Kencana.
- Hidayat, M. R., Ekonomi, F., & Teuku, U. (2022). *ANALISIS E-SERVQUAL TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA*. 7(Februari), 63–72.
- Jose Juang Tri Atmojoa, T. W. (2022). *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com*. 13(1). <https://doi.org/10.32832/jm-uika>.
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. (2021). *Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction*. 3, 38–45.
- Misni Elfi, Wan Suryani, M. W. (2025). *Pengaruh Dimensi Servqual terhadap Customer Satisfaction pada Supermarket Maju Bersama Medan*. 4(2), 6586–6595.
- Muhammad Dimas Aditya, Basrah Saidani, I. F. (2021). *Pengaruh Service Quality dan Trust Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening pada Aplikasi Jasa Kesehatan X*. 4(1), 6.
- Mukhammad Slamet, W. S. (2022). *Analisa Kepuasan Konsumen dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA)*. 15, 1–15.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). *Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. Enrichment: Journal of*



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Management, 12(2), 2431-2435.

Pelealu, D. R., Widya, U., & Pontianak, D. (2021). *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 10, Nomor 1, Juni 2021*. 10(2016), 141–156.

Prasetyo, A. N., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap repurchase intention melalui e-satisfaction pada pengguna e-commerce. *ijd-demos*, 4(1).

Sri Rezeki, D. E. M. M., & Rinaldi, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya)*. 7(1), 66–78.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tandilino, E. V., Widada, D., & Djumiati, F. (2023). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Customer Satisfaction Index (CSI)*. 7(November).

William Ciputra, W. P. (2020). *Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention (Survei pada Customer Toko Online www.blibli.com)*. 1(2), 109–128.