



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Kereta Api *Commuter Line* Pada Kereta Api *Commuter Line* Arah Palmerah Ke Parungpanjang

¹Muhammad Dede Ramdhani , ²Nani

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,

Jl. Surya Kencana, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15417

E-mail: ¹dederamdhani@gmail.com , ²dosen00560@unpam.ac.id

Abstract - The purpose of this study is to determine the effect of service quality and facilities on the satisfaction of *Commuter Line* train users on the Palmerah to Parung Panjang route. The research method used is descriptive quantitative with a total sample of 100 respondents. Primary data were collected through questionnaires and processed using the SPSS application version 25. The data analysis methods used include validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on user satisfaction with a coefficient of determination value of 55.9%, and the hypothesis test shows that the value of $t_{count} > t_{table}$ ($5.949 > 0.195$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. Facilities have a positive but not significant effect on user satisfaction with a coefficient of determination value of 42.3%, and the hypothesis test shows that the value of $t_{count} > t_{table}$ ($1.770 > 0.195$) or not significant with a significance value of $0.080 > 0.05$. Service quality and facilities simultaneously have a positive and significant effect on user satisfaction with the regression equation $Y = 3.459 + 0.542X_1 + 0.162X_2$. The coefficient of determination value is 91.1%, while the remaining 8.9% is influenced by other factors not examined in this study. The hypothesis test shows that the value of $F_{count} > F_{table}$ ($68.095 > 3.09$).

Keywords: Service Quality, Facilities, User Satisfaction, Railway, *Commuter Line*

Abstrak - Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna kereta api *commuter line* pada kereta api *commuter line* arah palmerah ke parungpanjang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 orang. Sedangkan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner yang diolah menggunakan sistem aplikasi SPSS Versi 25. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien determinasi sebesar determinasi 55,9%, dan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $5,949 > 0,195$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien determinasi determinasi sebesar 42,3% dan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,770 > 0,195$) atau tidak signifikan $0,080 > 0,05$. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan persamaan regresi $Y = 3,459 + 0,542X_1 + 0,162X_2$. Nilai koefisien determinasinya sebesar 91,1% sedangkan sisanya 8,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian. Uji hipotesis diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau ($68,095 > 3,09$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pengguna, Kereta Api, *Commuter Line*

PENDAHULUAN

Di negara-negara maju seperti Jepang, Jerman, dan Inggris, *commuter line* telah menjadi tulang punggung transportasi publik. Sistem yang modern, jadwal yang tepat waktu, serta integrasi dengan moda transportasi lain membuatnya sangat diminati oleh masyarakat. Contohnya, kereta api di Jepang seperti JR East dan Tokyo Metro dikenal dengan ketepatan waktu yang luar biasa dan layanan yang sangat andal. Sementara itu, di

Eropa, jaringan commuter line seperti S-Bahn di Jerman dan RER di Prancis menawarkan konektivitas yang luas antara kota-kota besar dan kawasan suburban.

Dalam era urbanisasi yang semakin pesat, transportasi publik menjadi tulang punggung mobilitas masyarakat perkotaan. Kereta api, sebagai salah satu moda transportasi massal, memiliki peran yang sangat strategis dalam mengatasi permasalahan kemacetan lalu lintas dan menyediakan aksesibilitas yang lebih baik bagi masyarakat. Di Indonesia, khususnya di wilayah Jabodetabek, kereta api Commuter Line telah menjadi pilihan utama bagi jutaan penumpang setiap harinya. Kereta api commuter line merupakan salah satu moda transportasi massal yang banyak digunakan di berbagai negara di dunia. Moda transportasi ini dirancang untuk melayani perjalanan jarak pendek hingga menengah, terutama di kawasan perkotaan dan sekitarnya. Dengan kecepatan, efisiensi, dan kapasitas angkut yang besar, commuter line menjadi solusi penting untuk mengatasi kemacetan dan mengurangi emisi karbon.

Di negara berkembang, penggunaan commuter line juga semakin meningkat seiring dengan urbanisasi yang pesat. Kota-kota besar seperti Jakarta, Mumbai, dan Bangkok menghadapi tantangan mobilitas yang kompleks akibat padatnya penduduk dan infrastruktur jalan yang terbatas. Kehadiran commuter line menjadi salah satu solusi utama untuk mengurangi kemacetan, menyediakan transportasi yang terjangkau, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Namun, keberhasilan operasional commuter line sangat bergantung pada kualitas pelayanan, infrastruktur, dan pengelolaan yang efektif. Oleh karena itu, banyak negara terus berinvestasi dalam modernisasi kereta, perbaikan fasilitas, dan pengembangan sistem yang lebih ramah lingkungan untuk menjadikan commuter line sebagai pilihan utama bagi masyarakat. Dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya transportasi berkelanjutan, commuter line memiliki peran strategis dalam membentuk masa depan mobilitas global.

Bisnis transportasi di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, urbanisasi, dan kebutuhan masyarakat akan mobilitas yang lebih cepat dan efisien. Sebagai negara kepulauan dengan lebih dari 17.000 pulau, transportasi memainkan peran penting dalam menghubungkan berbagai wilayah dan mendukung aktivitas ekonomi, perdagangan, serta pariwisata. Pada awalnya, transportasi di Indonesia lebih banyak mengandalkan moda tradisional seperti becak, ojek, dan angkutan umum konvensional. Namun, dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, sektor ini mulai bertransformasi secara signifikan. Saat ini, berbagai jenis transportasi modern seperti kereta api, bus rapid transit (BRT), transportasi online, dan penerbangan domestik semakin mendominasi pasar.

Salah satu perubahan besar adalah munculnya layanan transportasi berbasis aplikasi, seperti Gojek, Grab, dan lainnya, yang mempermudah masyarakat dalam mengakses transportasi dengan cepat dan nyaman. Selain itu, pemerintah juga aktif mengembangkan infrastruktur transportasi, seperti jalan tol, bandara, pelabuhan, dan kereta api, termasuk moda transportasi massal seperti MRT, LRT, dan commuter line. Investasi besar-besaran ini bertujuan untuk meningkatkan konektivitas antarwilayah, mengurangi kemacetan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Namun, perkembangan ini juga menghadapi tantangan, seperti kemacetan di kota-kota besar, kualitas layanan yang belum merata, dan dampak lingkungan akibat peningkatan jumlah kendaraan bermotor. Oleh karena itu, banyak pihak mulai mendorong penggunaan transportasi yang lebih ramah lingkungan, seperti kendaraan listrik dan moda transportasi massal. Secara keseluruhan, perkembangan bisnis transportasi di Indonesia menunjukkan arah yang positif dengan

terus bertambahnya inovasi dan investasi di sektor ini. Dengan perencanaan yang baik dan dukungan teknologi, transportasi di Indonesia diharapkan dapat menjadi lebih terintegrasi, efisien, dan berkelanjutan, sehingga mampu mendukung kebutuhan masyarakat di era modern.

Kereta api commuter line di Indonesia telah menjadi salah satu moda transportasi massal yang penting, terutama di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cepat, efisien, dan terjangkau di tengah tantangan kemacetan yang semakin parah di kota-kota besar. Pada awalnya, layanan kereta api di Indonesia lebih fokus pada perjalanan jarak jauh. Namun, seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan urbanisasi yang pesat, kebutuhan akan transportasi jarak pendek yang andal semakin meningkat. Hal ini mendorong pemerintah dan PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) untuk mengembangkan layanan commuter line. Dengan jadwal yang lebih sering, harga tiket yang terjangkau, dan jangkauan yang luas, commuter line menjadi pilihan utama bagi jutaan masyarakat setiap harinya.

Sejak pertama kali beroperasi, layanan commuter line telah mengalami banyak peningkatan. Modernisasi kereta api, seperti penggunaan kereta listrik (KRL) yang lebih ramah lingkungan, penambahan jalur, dan pengembangan sistem tiket elektronik, telah membantu meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, stasiun-stasiun juga diperbaiki agar lebih nyaman dan ramah bagi semua pengguna, termasuk penyandang disabilitas. Meskipun begitu, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi, seperti kepadatan penumpang di jam sibuk, ketepatan waktu, dan kebutuhan akan integrasi yang lebih baik dengan moda transportasi lain. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah terus berinvestasi dalam perluasan jaringan kereta api, seperti pembangunan jalur double-double track dan pengembangan sistem transportasi terpadu dengan MRT, LRT, dan bus TransJakarta. Secara keseluruhan, perkembangan commuter line di Indonesia mencerminkan komitmen untuk menyediakan transportasi massal yang lebih baik bagi masyarakat. Dengan terus meningkatkan layanan dan infrastruktur, kereta api commuter line diharapkan dapat menjadi solusi utama untuk mobilitas perkotaan yang efisien, ramah lingkungan, dan berkelanjutan.

Kereta api commuter line di Indonesia merupakan salah satu moda transportasi massal yang sangat penting, terutama di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Perkembangan layanan ini tidak terlepas dari sejarah panjang perkeretaapian di Indonesia yang dimulai sejak masa kolonial Belanda. Kereta api pertama di Indonesia dibangun pada tahun 1864 oleh pemerintah Hindia Belanda, dengan jalur pertama yang menghubungkan Semarang ke Tanggung di Jawa Tengah. Pada awalnya, kereta api digunakan untuk mengangkut hasil bumi, seperti tebu dan kopi, dari pedalaman ke pelabuhan. Namun, seiring waktu, layanan kereta api mulai digunakan untuk transportasi penumpang, termasuk di wilayah perkotaan.

Layanan kereta api commuter line modern di Indonesia secara resmi dimulai pada tahun 1976 dengan peluncuran Kereta Rel Listrik (KRL) yang melayani rute Jakarta-Bogor. Pada saat itu, KRL dirancang untuk memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat yang semakin meningkat akibat urbanisasi di sekitar Jakarta. Layanan ini terus berkembang dengan penambahan jalur baru, modernisasi armada, dan peningkatan fasilitas stasiun. Pada tahun 2008, pengelolaan layanan KRL dialihkan kepada PT Kereta Commuter Indonesia (KCI), anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (KAI). Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Sejak itu, berbagai

inovasi dilakukan, seperti penerapan sistem tiket elektronik, penggunaan kereta yang lebih modern, dan perbaikan jadwal keberangkatan untuk meningkatkan ketepatan waktu.

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Yulianto (2018) mendefinisikan kualitas layanan (*service quality*) sebagai persepsi pelanggan atas jasa yang mereka terima. Di samping itu, Parasuraman juga menyatakan kualitas layanan merupakan evaluasi keseluruhan dari fungsi jasa yang diterima secara aktual oleh pelanggan (kualitas teknis) dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional). Apabila layanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dianggap sebagai kualitas yang baik, dan sebaliknya apabila kualitas layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan buruk.

Fasilitas

Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Fasilitas merupakan aspek pelayanan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada dan disediakan sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen, sedangkan menurut Kotler (2019:45) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat.

Kepuasan Pengguna

Menurut Tjiptono dalam Tombeng et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Sedangkan Menurut Daryanto dan Setyobudi dalam Keloay et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

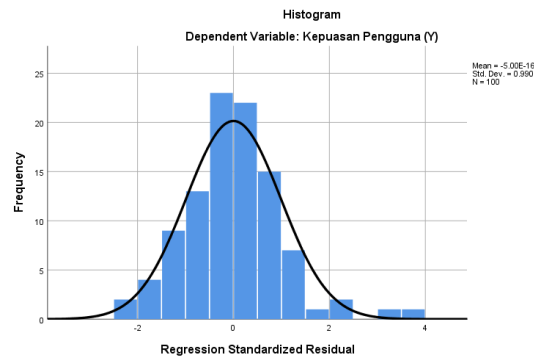
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna kereta api *commuter line* arah palmerah ke parungpanjang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

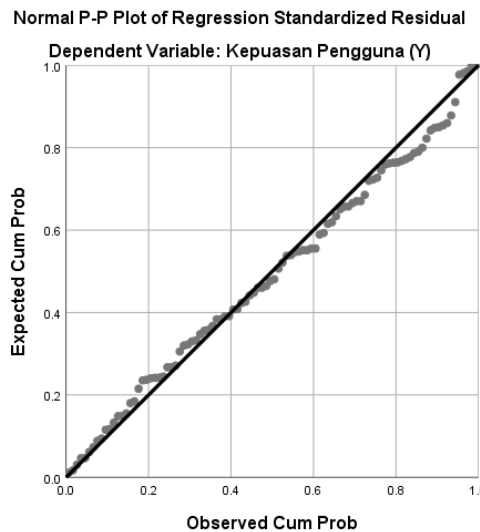
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Kereta Api Commuter Line Pada Kereta Api Commuter Line Arah Palmerah Ke Parungpanjang



Sumber : data olahan SPSS ver 25

Gambar 4. Kurva Normalitas

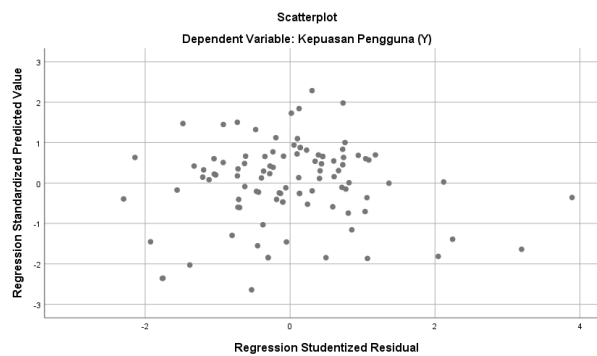
Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa data dapat dikatakan normal, karena kurva tidak condong (miring) ke kanan maupun ke kiri, namun cenderung ditengah dan berbentuk seperti lonceng. Selanjutnya, deteksi normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat kurva normal p- plot, penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan ploating data akandibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal maka garis yang menghubungkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pengujian ini ditemukan dengan melihat grafik P-Plot dengan kriteria pengujian titik-titiknya menyebar di sekitar garisdiagonal. Adapun grafik P-Plot pada penelitian ini adalah seperti yang digambarkan dibawah ini.



Sumber : data olahan SPSS ver 25

Gambar 2. Grafik Probability

Dapat dilihat pada gambar grafik diatas tersebut, titik-titiknya berada di sekitar garis diagonal yang menunjukkan bahwa nilai residualnya berdistribusi normal.



Sumber : data olahan SPSS ver 25

Gambar 3. Gambar Scatterplot

Dapat dilihat pada gambar grafik diatas tersebut bahwa pada titik- titiknya menyebar secara acak dan tidak membentuk pola apapun. Hal ini menunjukkan bahwa kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dengan kata lain, penelitian ini menunjukkan bahwa model regresinya memenuhi persyaratan.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,651	1,863		1,423	0,158		
	Kualitas Pelayanan (X1)	0,559	0,090	0,649	6,217	0,000	0,325	3,074
	Fasilitas (X2)	0,165	0,092	0,187	1,789	0,077	0,325	3,074

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada nilai tolerance yang kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai yang diperoleh, dapat diketahui bahwa nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas.

Tabel 2. Klasifikasi Nilai Autokorelasi

Nilai Durbin Watson	Keterangan
<1,10	Ada Autokorelasi
1,10 - 1,54	Tidak Ada Kesimpulan
1,55 - 2,46	Tidak Ada Kesimpulan
2,46 - 2,90	Tidak Ada Kesimpulan
>2,91	Ada Autokorelasi

Sumber : Ghzali (2011:10)

Tabel 3. Uji Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.810 ^a	0,656	0,649	3,849	1,519

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber : data olah SPSS ver 25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji autokorelasi antara X1, X2 dengan Y, output SPSS pada tabel model summary, nilai Durbin Watson variabel X1 dan X2 1,519 termasuk kriteria 1,550 – 2,460 : Tidak Ada Autokorelasi. Dengan demikian, dalam variabel X1, X2 dengan Y tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4. Hasil uji linier berganda (X1) Kualitas Pelayanan dan (X2) Fasilitas dan (Y) Kepuasan Pengguna

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,651	1,863		1,423	0,158
	Kualitas Pelayanan (X1)	0,559	0,090	0,649	6,217	0,000
	Fasilitas (X2)	0,165	0,092	0,187	1,789	0,077

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Berdasarkan table diatas hasil uji regresi berganda antara kualitas pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) dengan kepuasan pengguna (Y) output SPSS pada tabel *coefficients* di kolom constant diperoleh nilai 3,459 dan nilai coefficients pada kolom “B” untuk kualitas pelayanan sebesar 0,559 dan fasilitas 0,165 bernilai positif, sehingga persamaan regresi linier diperoleh $Y = 2,651 + 0,559x_1 + 0,165x_2$. Yang berarti dalam keadaan konstan (tetap) untuk variabel Y adalah 3,459 dan setiap perubahan atau kenaikan nilai 1 dari variabel X1 dan X2 akan mengubah nilai Y (positif) sebesar (koefisien dari nilai X1) sebesar 0,559 dan X2 sebesar 0,165 secara bersamaan. Sehingga semakin tinggi nilai kualitas pelayanan dan fasilitas pada nilai tertentu maka semakin tinggi pula nilai kepuasan pengguna pada nilai tertentu.

Tabel 5. Uji korelasi

Correlations				
		Kualitas Pelayanan (X1)	Fasilitas (X2)	Kepuasan Pengguna (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.821**	.803**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	100	100	100
Fasilitas (X2)	Pearson Correlation	.821**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	100	100	100
Kepuasan Pengguna (Y)	Pearson Correlation	.803**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	100	100	100

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

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Berdasarkan diatas hasil pengujian *pearson correlation* antara X1, X2 dengan Y, output SPSS pada tabel *correlation*, diperoleh nilai *Pearson correlation* antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Pengguna (Y) sebesar .821 yang berarti 0,821. Sedangkan, Fasilitas (X2) dengan Kepuasan Pengguna (Y) sebesar .720 yang berarti 0,720.

Tabel 6. Hasil uji pearson correlation

a. Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	0,556	0,549	3,849

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian *pearson correlation* antara Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) dengan Kepuasan Pengguna (Y) secara berganda, output SPSS tabel Model Summary di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,810. Dengan demikian terdapat hubungan kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan tingkat kecermatan hubungan sangat kuat (0,80 - 1,000).

Tabel 8. Uji koefisien determinasi

a. Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	0,556	0,549	3,849
a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)				

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisien determinasi berganda antara X1 dan X2 dengan Y, output SPSS model summary di atas, kolom *Adjusted R Square* yaitu 0,549. Rumus koefisien *determinasi* (KD) = $r^2 \times 100\%$ yang berarti $0,549 \times 100\% = 54,9\%$. Dengan demikian besarnya kontribusi X1 dan X2 secara bersama atau berganda terhadap Y adalah 54,9%, sedangkan sisanya 45,1% (100% - 54,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, namun mempengaruhi variabel Y.

Tabel 9. Uji koefisien determinasi

a. Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	0,556	0,549	3,849
a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)				

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisien determinasi berganda antara X1 dan X2 dengan Y, output SPSS model summary di atas, kolom *Adjusted R Square* yaitu 0,549. Rumus koefisien *determinasi* (KD) = $r^2 \times 100\%$ yang berarti $0,549 \times 100\% = 54,9\%$. Dengan demikian besarnya kontribusi X1 dan X2 secara bersama atau berganda terhadap Y adalah 54,9%, sedangkan sisanya 45,1% (100% - 54,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, namun mempengaruhi variabel Y.

Tabel 9. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,651	1,863		1,423	0,158
	Kualitas Pelayanan (X1)	0,559	0,090	0,649	6,217	0,000
	Fasilitas (X2)	0,165	0,092	0,187	1,789	0,077
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)						

Sumber : data olahan SPSS ver 25

1. Nilai thitung dari variabel Kualitas Pelayanan adalah 6,217 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 0,197 dengan tingkat signifikan 0.00 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Nilai thitung dari variable Fasilitas adalah 1,789 lebih besar dari ttabel sebesar 0,197 dengan tingkat signifikan 0,77 lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan Ha ditolak dan Ho diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Fasilitas pengaruh X2

terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Tabel 10. UjiF (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2737.853	2	1368.927	92.142	.000 ^b
	Residual	1439.897	92	14.813		
	Total	4174.750	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber : data olahan SPSS ver 25

Dari Output diketahui F_{hitung} sebesar 92.142 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel - 1) $3-1 = 2$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $= 100-2-1 = 97$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.10 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($92.142 > 3.10$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_a diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis hipotesis secara individual, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna KAI Commuterline pada rute Palmerah–Perungpanjang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang melebihi t tabel dan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan merupakan elemen yang sangat berpengaruh dalam membentuk kepuasan pengguna layanan Commuterline di rute tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi mutu pelayanan yang dirasakan oleh penumpang, maka tingkat kepuasan pengguna akan meningkat.

Kualitas pelayanan pada KAI Commuterline Palmerah–Perungpanjang terlihat dari berbagai aspek, seperti tepat waktu dalam keberangkatan dan kedatangan kereta, kejelasan informasi tentang perjalanan, sikap ramah dan kesiapan petugas, serta kemampuan petugas dalam menangani keluhan dari penumpang. Ciri khas pengguna Commuterline yang sebagian besar adalah penumpang harian menjadikan faktor pelayanan sangat penting, karena layanan yang baik bisa mengurangi ketidaknyamanan akibat banyaknya penumpang dan waktu perjalanan yang terbatas.

Hasil studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam lima tahun terakhir. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Musthafa (2024) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna KRL Commuter Line Jabodetabek. Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri dan Nugroho (2022) juga menemukan bahwa aspek kualitas pelayanan, seperti keandalan dan responsivitas, memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan penumpang transportasi rel perkotaan. Selain itu, Siregar (2021) mencatat bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna transportasi publik berbasis rel. Dengan demikian, hasil studi ini menguatkan temuan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pengguna KAI Commuterline.

Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil dari pengujian hipotesis secara individu menunjukkan bahwa fasilitas memberikan dampak positif, tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna KAI Commuterline pada rute Palmerah–Perungpanjang. Ini terlihat dari nilai t yang dihitung

lebih rendah dibandingkan dengan t tabel serta nilai signifikansi yang berada di atas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas memiliki peran dalam kepuasan pengguna, dampaknya belum cukup kuat secara statistik untuk menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan secara individu.

Ketidaksignifikan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengguna mungkin disebabkan oleh sifat layanan Commuterline yang merupakan transportasi massal dan lebih fokus pada fungsi utama seperti kecepatan, keteraturan waktu, dan biaya yang terjangkau. Penumpang pada rute Palmerah–Perungpanjang cenderung lebih menekankan pentingnya pelayanan operasional dibandingkan dengan fasilitas fisik, karena kebanyakan pengguna hanya menjadikan layanan ini sebagai alat mobilitas sehari-hari. Asalkan fasilitas yang ada telah memenuhi standar minimum, peningkatan fasilitas mungkin tidak serta merta meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya dalam lima tahun terakhir. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Pratama (2023) menunjukkan bahwa fasilitas memberikan pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL di kawasan Jabodetabek. Penelitian lain oleh Ramadhan (2021) juga mengindikasikan bahwa aspek fisik tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna transportasi rel perkotaan, jika dibandingkan dengan kualitas layanan dan ketepatan waktu. Meskipun demikian, studi yang dilakukan oleh Aulia dan Musthafa (2024) menyatakan bahwa fasilitas masih memiliki peran penting dalam membentuk persepsi keseluruhan tentang layanan, meskipun dampaknya tidak selalu signifikan secara individual.

Dengan mempertimbangkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberadaan fasilitas di KAI Commuterline Palmerah–Perungpanjang tetap sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Namun, untuk meningkatkan kepuasan pengguna lebih efektif jika lebih banyak ditujukan pada peningkatan kualitas layanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna Kereta Api Commuter Line rute Palmerah–Parungpanjang, baik secara parsial maupun simultan. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y), dengan persamaan regresi $Y = 4,645 + 0,666X1$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0,666 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada model ini sebesar 0,553, yang berarti bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 55,3% variasi kepuasan pengguna, sedangkan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.
2. Hasil uji regresi linear sederhana antara fasilitas (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) menghasilkan persamaan regresi $Y = 7,683 + 0,583X2$, yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara fasilitas dan kepuasan pengguna. Namun berdasarkan hasil uji parsial, pengaruh fasilitas secara statistik tidak signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,454, yang menunjukkan bahwa fasilitas mampu menjelaskan 45,4% variasi kepuasan pengguna, sementara 54,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Sementara itu, hasil uji regresi linear berganda antara kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,459 + 0,542X1 + 0,162X2$. Persamaan ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang lebih dominan dibandingkan fasilitas. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada model

regresi berganda sebesar 0,563, yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan mampu menjelaskan 56,3% variasi kepuasan pengguna, sedangkan sisanya sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, kepadatan penumpang, kondisi perjalanan, dan faktor kenyamanan subjektif pengguna.

Saran

1. mengingat kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pengguna Kereta Api Commuter Line, pihak pengelola disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek responsivitas, empati, serta kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional kepada pengguna. Peningkatan kompetensi petugas melalui pelatihan pelayanan prima secara berkala diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengguna.
2. meskipun fasilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, fasilitas tetap memiliki peran penting dalam mendukung kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, pihak pengelola disarankan untuk melakukan perbaikan dan penataan ulang fasilitas, terutama pada aspek ruang gerak, kenyamanan tempat duduk, serta kebersihan dan kerapihan kereta, agar pengalaman perjalanan pengguna menjadi lebih nyaman dan aman.
3. berdasarkan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar kualitas pelayanan dan fasilitas yang memengaruhi kepuasan pengguna, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga atau tarif, kepadatan penumpang, ketepatan jadwal secara aktual, serta faktor keamanan dan kenyamanan psikologis pengguna agar hasil penelitian yang diperoleh lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- A Ferdinand. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Addin, S., Basa, P. M., & Afif, N. S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Serta Loyalitas Pelanggan Pada PT KAI Commuter Jabodetabek Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 536– 547.
- Ahmad Yani, Kasmad, & Nurmin Arianto (2025). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Implikasinya Pada Keputusan Konsumen. *Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pamulang*, Vol. 4 No. (3), 6417-6424. E-ISSN: 2963-914X.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Diah Pramesti Ayuningtias¹, Nani² 1,2 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Email : diahpramestia@gmail.com , dosen01704@unpam.ac.id
- Diah Pramesti Ayuningtias¹, Nani² 1,2 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Email : diahpramestia@gmail.com , dosen01704@unpam.ac.id Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di HOTEL GRAND ZURI SERPONG
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. (2), 36-56. E-ISSN: 2686-6633.
- Fuadah, Z. (2021). Pengaruh promosi, persepsi harga, kepercayaan dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen saat pandemi COVID-19 (Studi kasus pada

- mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Muhammadiyah Magelang) (Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Ghozali I. (2017). *Analisis Multiyariat dan Ekonometrika*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal, F., Lestari, S. D., & Respati, R. D. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Railink (Studi Kasus Rute Batu Ceper-Manggarai). *JTransporter (Journal of April)*.
- Handoko, T.H. (2021). *Dasar-dasar Manajemen*. Bpfe-Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., & Best, R. J. (2024). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy in Digital Markets* (15th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hermanto & Hapsila, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Jurnal Ekobistek*, 93-99.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Universitas Dr. Soetomo (Unitomo).
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles Of Marketing*. Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2023). *Marketing Management*. Pearson Education
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2021). *Marketing Fpr Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Kristiana, N., & Wahyudin, N. (2012). Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada PT. Karya Zirang Utama Isuzusemarang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Vol. 3 No. (1).
- Kualitas Produk Dan Kualias Pelayanan Dipengaruhi Oleh Keputusan Pembelian Pada PT TRITANU HUBS INDONESIA
- Lackman, R., & Almassawa, S. F. (2025). Loyalitas Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kereta Commuter Line (Studi pada Commuter line Rute Bogor ke Jakarta Kota). *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 1703–1714.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N., et al. (2017). *Marketing research: An applied approach*. Pearson.
- Manullang, M. (2021). *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta: Gadjah Mada University Press.
- Michael, & Fauziah Septiani. (2024). Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Jespo Network Rent di Jakarta Barat. *Dionegoro Journal of Management*. Vol. 1 No. (3), 409-417. E-ISSN:3046-8884.
- Monroe, K.B. (2020). *Pricing: Making profitable decisions*. Measuring Advertising Effectiveness.
- Nanil*, Anah Furyanah^{21,2}Universitas Pamulang Email: dosen01704@gmail.com
Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kuantitatif

- Nani1, Anah Furyanah^{21,2}Universitas Pamulang Email: dosen01704@gmail.com
Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen: Studi Kuantitatif
- Nida Alifah, & M. Anah Furyanah (2025). Pengaruh Harga dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eoa Center Tangerang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang*. Vol. 2 No. (8), 15489-15501. E-ISSN:3047-7824.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2021). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Peter, J.P., & Donnelly, J.H. (2020). *Marketing management*. Measuring Advertising Effectiveness.
- Putri, C. P., & Tanjung, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli di Indomaret Medan Marelan. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, Vol.3 No. (01), 296-301.
- Putri, E., & Prio Santoso, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi ACCESS by KAI. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 7(1), 74– 81.
- Riduwan. (2020). *Dasar-dasar statistika*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., ... & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia*.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2020). *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited.
- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. (1), 201-212.
- Siregar, S. (2021). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Stone, M., & Desmond, J. (2017). *Fundamentals of marketing*. Routledge.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Statistika untuk penelitian*. Bandung. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (30th ed.). Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2021). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Swastha, B. (2021). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Terry, G.R. (2020). *Prinsip-prinsip manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta. Andi.
- Umar, H. (2021). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Zebua, L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(1), 15-19.