

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND FACILITIES ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON PT KAI DAOP 8 SURABAYA CUSTOMERS)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN PT KAI DAOP 8 SURABAYA)

Ryan Fiqih TriHidayat¹, Lia Nirawati²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

ryanfiqih64@gmail.com , lianirawatibisnisupn@gmail.com

ABSTRAK

Diketahui transportasi saat ini sangat beragam. Ada banyak pilihan yang membuat pelanggan dapat memilih sesuai dengan preferensi dan anggaran mereka. PT KAI DAOP 8 Surabaya dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu perusahaan transportasi besar yang telah berdiri lama di wilayah Kota Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z). Data yang dikumpulkan berbentuk angka dan dianalisis menggunakan SPSS, sehingga metode yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa PT KAI DAOP 8 Surabaya. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan fasilitas memengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung dan signifikan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

It is known that today's transportation is very diverse. There are a lot of options that customers can choose according to their preferences and budget. PT KAI DAOP 8 Surabaya was chosen as the research object because it is a large transportation company that has been established for a long time in the Surabaya City area. The purpose of this research is to determine the effect of service quality (X_1) and facilities (X_2) on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z). The data collected is in numerical form and analyzed using SPSS, so the method used is quantitative. Data collection was carried out by distributing questionnaires and documentation. The population of this study are people who have used the services of PT KAI DAOP 8 Surabaya. The research sample was 100 respondents. The research results show that service quality and facilities have a significant effect on customer loyalty. The quality of service and facilities significantly influences customer satisfaction. Customer satisfaction significantly influences customer loyalty. The quality of services and facilities affects customer loyalty indirectly and significantly through customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Facilities, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, aktivitas dan pergerakan masyarakat semakin pesat, dan alat transportasi sudah menjadi bagian yang sangat diperlukan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Banyaknya perusahaan transportasi yang menawarkan berbagai pelayanan yang berbeda, fasilitas dan harga yang berbeda. Pelanggan akan semakin kritis dalam menilai suatu perusahaan transportasi. Perusahaan jasa transportasi dapat memperhatikan kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan.

Seperti diketahui saat ini transportasi sangat beragam. Banyaknya pilihan memudahkan pelanggan untuk menentukan pilihan sesuai dengan keinginan dan kemampuan ekonominya. Kereta api adalah sarana transportasi jalur darat yang berupa kendaraan yang mempunyai jalur khusus yaitu rel. Di Indonesia, perusahaan yang mengelola kereta api bernama PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau yang biasa dikenal dengan PT KAI yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyelenggarakan jasa angkutan kereta api meliputi pengiriman angkutan barang maupun penumpang. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang mengelola perkeretaapian di Indonesia yang memiliki berbagai fasilitas yang sesuai dengan harga dan perekonomian masyarakat. Fasilitas PT KAI terdiri dari KA Eksekutif, Bisnis, Ekonomi, Lokal, Campuran (Bisnis dan Ekonomi), dan KRL. Setiap macam kereta tersebut, memiliki perbedaan fasilitas mulai dari yang murah dan mahal untuk harga tiket per orangnya. Berkembangnya zaman

dan teknologi memengaruhi PT KAI untuk melakukan peningkatan dalam pelayanannya yang salah satunya yaitu pemesanan tiket yang dulunya harus datang langsung ke stasiun terdekat untuk membeli tiket, sekarang bisa dipesan di mana saja dan kapan saja melalui aplikasi atau website yang telah dibuat oleh PT KAI.

Situasi perkeretaapian belakangan ini mengalami banyak peningkatan. Pelayanan dan sarana prasarana pun ikut meningkat kualitasnya. Mulai dari harga tiket, keamanan, kenyamanan, ketertiban dan sikap dari petugas. Hal ini ditegaskan oleh Setyoningrum (2020), yang menyatakan bahwa perkembangan perkeretaapian Indonesia menunjukkan perubahan yang besar. Pada tahun 2022, PT KAI mengalami peningkatan di beberapa aspek. Hal ini menunjukkan bahwa PT KAI mencapai kinerja yang luar biasa. Salah satu aspek yang signifikan yaitu pertumbuhan jumlah penumpang kereta api. Kepercayaan masyarakat terhadap layanan transportasi ini terus meningkat. Selain itu, PT KAI juga memperluas jaringan layanannya untuk memberikan konektivitas dan akses yang lebih luas kepada masyarakat Indonesia. Pencapaian ini menegaskan komitmen PT KAI dalam meningkatkan kualitas layanan dan berkontribusi aktif pada sektor transportasi Indonesia.

Kualitas pelayanan merupakan cara perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, kenyamanan, dan ketepatan waktu sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang tidak berwujud namun bisa dirasakan oleh pelanggan. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari layanan yang diterima oleh pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya

sudah terpenuhi sesuai keinginan pelanggan tersebut. Selain itu, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah fasilitas dan harga yang akan diberikan oleh calon pelanggan. Fasilitas yang nyaman dan memenuhi kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kenyamanan interaksi pelanggan dan perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Meftahudin (2018), semakin banyak fasilitas yang ditawarkan suatu perusahaan, maka semakin banyak pelanggan yang tertarik, dan pelanggan dengan cepat memutuskan bahwa perusahaan tersebut adalah pilihan pertamanya berdasarkan persepsi mereka terhadap fasilitas yang ditawarkan.

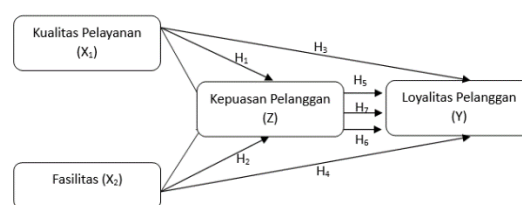
Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Kualitas erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan dan menentukan loyalitas pelanggan. Kualitas memotivasi pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan seperti itu memberikan perusahaan pemahaman yang jelas tentang harapan dan kebutuhan pelanggannya (Rofiah dan Wahyuni, 2017). Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan dapat memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Fasilitas yang baik akan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang merawat fasilitas dengan baik dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan.

Kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan juga erat kaitannya

dengan citra perusahaan. Bagaimana pelanggan memandang dan mengevaluasi layanan suatu perusahaan dapat secara substansial mempengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan dengan baik tidak hanya akan mencapai loyalitas tetapi juga membangun citra positif dan kuat di pasar.

Model yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas. Kemudian terdapat variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Dan satu variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah peneliti (2024)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian asosiatif ini merupakan rumusan penelitian yang menanyakan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab dan akibat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) melalui variabel intervening.

Dalam mendapatkan data kuantitatif, skala pengukuran

menggunakan nominal 1 sampai 5. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut menjadi titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Kategori jawaban yang tersedia sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2018)

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa kereta api di PT KAI DAOP 8 Surabaya. Dilansir pada JawaPos.com, data pelanggan PT KAI DAOP 8 Surabaya tercatat sebanyak 5.482.292 pelanggan pada tahun 2023. Penentuan jumlah sampling dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan hasil sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan PT KAI DAOP 8 Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel yaitu *probability sampling*. Adapun teknik penarikan sampel yaitu menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan

kuesioner dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan untuk pengujian instrumen penelitian yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis jalur (*Path Analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat yang pernah menggunakan jasa kereta api di PT KAI DAOP 8 Surabaya yang jumlah sampelnya ditentukan oleh peneliti yaitu 100 responden. Berikut adalah ilustrasi secara umum responden pada penelitian ini :

Tabel 2. Karakteristik Responden

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	32	32%
	Perempuan	68	68%
2.	21-30 tahun	39	39%
	31-40 tahun	21	21%
	41-50 tahun	18	18%
	51-60 tahun	22	22%
3.	PNS/TNI/POLRI	21	21%
	Pegawai Swasta	19	19%
	Wiraswasta	6	6%
	Guru PPPK	5	5%
	Ibu Rumah Tangga	20	20%
	Pelajar/Mahasiswa	28	28%
	Pensiunan	1	1%
4.	<Rp. 1.500.000	40	40%
	Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000	26	26%
	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.500.000	22	22%
	>Rp. 4.500.000	12	12%

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 (32%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 (68%). Rentang usia responden terbagi menjadi 4 kelompok mulai dari 21-30 tahun sebanyak 39 (39%), 31-40 tahun sebanyak 21 (21%), 41-50 tahun sebanyak 18 (18%), dan 51-60 tahun sebanyak 22 (22%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dan memiliki usia 21-30 tahun.

Pekerjaan responden terbagi menjadi 7 yang terdiri dari PNS/TNI/POLRI sebanyak 21 (21%), pegawai swasta sebanyak 19 (19%), wiraswasta sebanyak 6 (6%), ibu rumah tangga sebanyak 20 (20%), pelajar/mahasiswa sebanyak 28 (28%), guru PPPK sebanyak 5 (5%), dan pensiunan sebanyak 1 (1%). Pendapatan responden terbagi menjadi 4 kelompok mulai dari <Rp. 1.500.000 sebanyak 40 (40%), Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 26 (26%), Rp. 3.000.000 – Rp. 4.500.000 sebanyak 22 (22%), dan >Rp. 4.500.000 sebanyak 12 (12%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki status pelajar/mahasiswa dan memiliki pendapatan sebesar <Rp. 1.500.000.

ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

Berikut ini adalah perhitungan yang digunakan untuk menentukan panjang interval dan membaca skor rata-rata indikator frekuensi. Panjang interval dihitung dengan skala likert. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut :

$$C = \frac{\text{kelas tertinggi} - \text{kelas terendah}}{\text{banyak kelas}}$$

$$C = \frac{5 - 1}{5}$$

$$C = 0,8$$

Keterangan :

- 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Setuju
- 1,81 – 2,60 : Tidak Setuju
- 2,61 – 3,40 : Netral
- 3,41 – 4,20 : Setuju
- 4,21 – 5,00 : Sangat Setuju

Tabel 3. Deskripsi Variabel

Variabel	Indikator	Mean	Kriteria
X ₁	1	3,92	S
	2	4,01	S
	3	3,90	S
	4	3,92	S
	5	3,91	S
	6	3,90	S
	7	3,92	S
	8	3,91	S
	9	4,01	S
	10	3,90	S
Total		3,93	S
X ₂	1	3,92	S
	2	3,98	S
	3	3,56	S
	4	3,92	S
	5	3,98	S
Total		3,87	S
Z	1	4,20	S
	2	4,21	SS
	3	4,17	S
	4	4,20	S
	5	4,21	SS
Total		4,19	S
Y	1	4,04	S
	2	4,03	S
	3	3,93	S
	4	4,03	S
	5	4,07	S
Total		4,02	S

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3, dapat diperoleh informasi bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁) didominasi oleh jawaban responden yang merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT KAI DAOP 8 Surabaya sangat baik dan termasuk dalam kriteria setuju pada penelitian ini. Variabel fasilitas (X₂) didominasi oleh jawaban responden yang merasa fasilitas PT KAI DAOP 8 Surabaya sangat baik dan termasuk kriteria setuju pada penelitian ini. Variabel kepuasan pelanggan (Z) didominasi oleh jawaban responden yang merasa bahwa pelanggan puas dengan apa yang diberikan oleh PT KAI DAOP 8 Surabaya dan termasuk dalam

kriteria setuju pada penelitian ini. Dan variabel loyalitas pelanggan (Y) didominasi oleh jawaban responden yang menunjukkan bahwa pelanggan memiliki loyalitas dengan PT KAI DAOP 8 Surabaya dan termasuk dalam kriteria setuju pada penelitian ini.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen terhadap variabel. Untuk setiap indikator, analisis dilakukan terhadap variabel bebas, variabel intervening, variabel terikat. Pada derajat bebas (N-2), angka r hitung dan r tabel harus dibandingkan pada taraf signifikan 1% untuk menunjukkan kebenaran statistik. Item dianggap valid jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Sig	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X _{1.1}	0,507	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.2}	0,662	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.3}	0,809	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.4}	0,806	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.5}	0,669	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.6}	0,809	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.7}	0,806	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.8}	0,669	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.9}	0,662	0,000	0,2565	VALID
	X _{1.10}	0,809	0,000	0,2565	VALID
Fasilitas (X ₂)	X _{2.1}	0,850	0,000	0,2565	VALID
	X _{2.2}	0,834	0,000	0,2565	VALID
	X _{2.3}	0,431	0,000	0,2565	VALID
	X _{2.4}	0,850	0,000	0,2565	VALID
	X _{2.5}	0,834	0,000	0,2565	VALID
Kepuasan Pelanggan (Z)	Z _{1.1}	0,871	0,000	0,2565	VALID
	Z _{1.2}	0,862	0,000	0,2565	VALID
	Z _{1.3}	0,823	0,000	0,2565	VALID
	Z _{1.4}	0,871	0,000	0,2565	VALID
	Z _{1.5}	0,862	0,000	0,2565	VALID
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y _{1.1}	0,667	0,000	0,2565	VALID
	Y _{1.2}	0,863	0,000	0,2565	VALID
	Y _{1.3}	0,776	0,000	0,2565	VALID
	Y _{1.4}	0,863	0,000	0,2565	VALID
	Y _{1.5}	0,743	0,000	0,2565	VALID

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa dalam pengujian validitas pada indikator dari seluruh variabel mempunyai keterangan valid, dikarenakan nilai korelasi \geq dari r tabel sebesar 0,2565 sehingga seluruhnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur. Ini dilakukan berulang kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang relatif konsisten. Dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, seperti yang ditunjukkan oleh tabel berikut :

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Minimum	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,898	0,60	Reliabel
2.	Fasilitas (X ₂)	0,820	0,60	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan (Z)	0,910	0,60	Reliabel
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,840	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini cukup reliabel untuk digunakan untuk analisis selanjutnya, karena nilai minimum Cronbach's Alpha adalah 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Hasil uji multifikasi Kolmogorov Smirnov dapat digunakan dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6. Uji Normalitas

Sub Struktural	Asymp.Sig (2-tailed)	Sig	Keterangan
(X ₁ dan X ₂ terhadap Z)	0,200	0,05	Normal
(X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)	0,156	0,05	Normal

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 6, dapat disimpulkan bahwa hasil uji Kolmogorov-Smirnov kedua sub struktural di atas terbukti bahwa nilai residual mengikuti sebaran normal karena nilai Asymp.Sig (2-tailed) > nilai signifikan.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah data penelitian ini menunjukkan hubungan antara beberapa variabel independen pada model regresi. Dalam mendeteksi terjadinya multikolinearitas atau tidaknya apabila nilai tolerance > 10% serta nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Sub Struktural 1 (X ₁ dan X ₂ terhadap Z)			
No.	Variabel	Tolerance	VIF
1.	Kualitas Pelayanan	0,903	1,107
2.	Fasilitas	0,903	1,107
Sub Struktural 2 (X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)			
No.	Variabel	Tolerance	VIF
1.	Kualitas Pelayanan	0,807	1,239
2.	Fasilitas	0,767	1,304
3.	Kepuasan Pelanggan	0,700	1,428

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel independen dan variabel intervening memiliki nilai tolerance > 10% serta nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Ini dapat diuji

dengan menggunakan koefisien rank spearman. Apabila nilai Sig.2-tailed > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Sub Struktural 1 (X ₁ dan X ₂ terhadap Z)			
No.	Variabel	Sig	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,619	Tidak Terjadi
2.	Fasilitas	0,137	Tidak Terjadi
Sub Struktural 2 (X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)			
No.	Variabel	Sig	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,122	Tidak Terjadi
2.	Fasilitas	0,735	Tidak Terjadi
3.	Kepuasan Pelanggan	0,794	Tidak Terjadi

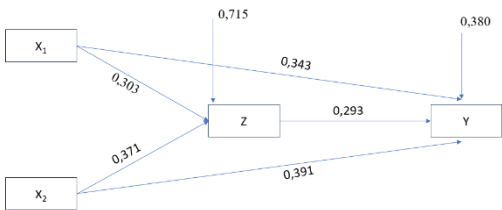
Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Dari tabel 8 di atas, dapat diperoleh informasi bahwa variabel independen dan variabel intervening tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

Analisis Path

Analisis Path bisa juga disebut dengan analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi. Tujuan dari analisis jalur ini untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung yang diberikan oleh variabel independen melalui variabel intervening terhadap variabel dependen.

Gambar 2. Koefisien Jalur



Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat diperoleh informasi sebagai berikut :

1. Nilai koefisiensi beta variabel (X_1) sebesar 0,303, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_1 mengalami peningkatan 1%, maka variabel kepuasan pelanggan (Z) akan mengalami peningkatan sebesar 30,3%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_1 mengalami penurunan 1%, maka variabel kepuasan pelanggan (Z) akan mengalami penurunan sebesar 30,3%.
2. Nilai koefisien beta variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,371, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_2 mengalami peningkatan 1%, maka variabel kepuasan pelanggan (Z) akan mengalami peningkatan sebesar 37,1%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_2 mengalami penurunan 1%, maka variabel kepuasan pelanggan (Z) akan mengalami penurunan sebesar 37,1%.
3. Nilai error sebesar 0,715 atau 71,5% merupakan pengaruh variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Z) di luar variabel kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2). $\epsilon_1 = 1 - 0,285 = 0,715$.
4. Nilai koefisien beta variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,343, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_1 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Y mengalami peningkatan sebesar 34,3%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_1 mengalami penurunan 1%, maka variabel Y mengalami penurunan sebesar 34,3%.
5. Nilai koefisien beta fasilitas (X_2) sebesar 0,391, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_2 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Y mengalami peningkatan sebesar 39,1%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X_2 mengalami penurunan 1%, maka variabel Y mengalami penurunan sebesar 39,1%.
6. Nilai koefisien beta variabel kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,293, jika nilai variabel lain konstan dan variabel Z mengalami peningkatan 1%, maka variabel Y mengalami peningkatan sebesar 29,3%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel Z mengalami penurunan 1%, maka variabel Y mengalami penurunan sebesar 29,3%.
7. Nilai error sebesar 0,380 atau 38% merupakan pengaruh variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) di luar variabel kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan kepuasan pelanggan (Z). $\epsilon_2 = 1 - 0,620 = 0,380$.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Berikut nilai koefisien determinasi pada penelitian ini :

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Sub Struktural	Nilai <i>Adjusted R Square</i>
(X ₁ dan X ₂ terhadap Z)	0,285
(X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)	0,620

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengujian, dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi sub struktural 1 yang dinotasikan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,285 ini diartikan 28,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas, sehingga sisanya (100% - 28,5%) dengan hasil 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sedangkan nilai koefisien determinasi sub struktural 2 yang dinotasikan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,620 ini diartikan 62% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan, sehingga (100%-62%) dengan hasil 38% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai F statistik dan T statistik di mana nilai F dan T statistik yang lebih besar dari F tabel dan T tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dapat diketahui nilai F tabel struktural 1 sebesar 3,091 dan F tabel struktural 2 sebesar 2,699 serta T tabel sebesar 1,661. Berikut hasil pengujian hipotesis berdasarkan yang terbentuk.

1. Uji F

Tabel 10. Uji F

Sub Struktural	F	Sig
(X ₁ dan X ₂ terhadap Z)	20,737	0,000
(X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)	54,822	0,000

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 10, dapat diperoleh informasi bahwa F hitung sub struktural 1 sebesar 20,737 lebih besar dari F tabel yaitu 3,091 dengan nilai Sig 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan F hitung sub struktural 2 sebesar 54, 822 lebih besar dari F tabel 2,699 dengan nilai Sig 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Uji T

Tabel 11. Uji T

Sub Struktural 1 (X ₁ dan X ₂ terhadap Z)			
No	Variabel	T	Sig
1	Kualitas pelayanan	3,392	0,001
2	Fasilitas	4,146	0,000
Sub Struktural 2 (X ₁ , X ₂ , Z terhadap Y)			
No	Variabel	T	Sig
1	Kualitas pelayanan	4,981	0,000
2	Fasilitas	5,523	0,000
3	Kepuasan Pelanggan	3,963	0,000

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 11 di atas, dapat dijelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut :

- Hasil uji t pada sub struktural 1, variabel kualitas pelayanan (X₁) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,392 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dan nilai sig. yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka

H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil uji t pada sub struktural 1, variabel fasilitas (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,146 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil uji t pada sub struktural 2, variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,981 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Hasil uji t pada sub struktural 2, variabel fasilitas (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 5,523 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. Hasil uji t pada sub struktural 2, variabel kepuasan pelanggan (Z) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,963 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Sobel

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien jalur signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut Uji sobel dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{\sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2}}$$

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai t hitung sebesar 3,5562 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai t hitung sebesar 2,9497 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis) dapat diperoleh informasi bahwa nilai koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,303. Nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z). Beberapa indikator yang telah digunakan pada kuesioner dapat menjelaskan bahwa PT KAI DAOP 8 Surabaya memberikan layanan yang baik untuk memenuhi harapan dan kebutuhan yang ditetapkan oleh pelanggan. Hal ini mempertegas pendapat dari Saripudin et.al (2021) yang mengatakan bahwa apabila kualitas pelayanan sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan apabila kualitas pelayanan melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis) dapat diperoleh informasi bahwa nilai koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,371. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z). Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Pantilu et.al (2018) yang mengatakan bahwa fasilitas yang diberikan penyedia jasa untuk menunjang kenyamanan pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika merasa fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis) dapat diperoleh informasi bahwa nilai koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,343. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan

pendapat Cuhanazriansyah et.al (2021) yang mengatakan adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan

4. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis) dapat diperoleh informasi bahwa nilai koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,391. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Winata dan Prabowo (2022) yang mengatakan bahwa fasilitas yang memadai tidak hanya memberikan kenyamanan fisik pada pelanggan, namun juga menjamin pengalaman positif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya membentuk ikatan emosional yang kuat.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai t hitung sebesar 3,5562 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti kualitas pelayanan (X_1) secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z). Berarti kualitas pelayanan dapat menghasilkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dapat diketahui juga bahwa koefisien mediasi sebesar 0,088779 berpengaruh signifikan. Variabel kepuasan pelanggan (Z) dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini sesuai dengan teori Rofiah dan Wahyuni (2017) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan

memotivasi pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan seperti itu memberikan perusahaan pemahaman yang jelas tentang harapan dan kebutuhan pelanggannya.

6. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai t hitung sebesar 2,9497 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti fasilitas (X_2) secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z). Berarti fasilitas dapat menghasilkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dapat diketahui juga bahwa koefisien mediasi sebesar 0,108703 berpengaruh signifikan. Variabel kepuasan pelanggan (Z) dapat memediasi pengaruh fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini sesuai dengan teori Hidayat (2021) yang mengatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh penyedia jasa untuk digunakan serta dinikmati oleh pelanggan yang mempunyai tujuan membuat pelanggan merasa puas sehingga menciptakan rasa loyal.

7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis) dapat diperoleh informasi bahwa nilai koefisien beta menunjukkan besarnya kontribusi variabel kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,293. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini sejalan dengan

pendapat Kurniawan dan Auva (2022) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan akan produk atau jasa yang diberikan sangat penting untuk citra dari perusahaan tersebut dan bisa menjadikan pendorong kuat bagi loyalitas pelanggan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
6. Fasilitas berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan PT KAI DAOP 8 Surabaya. Saran yang dapat diberikan yaitu PT KAI DAOP 8 Surabaya hendaknya dapat memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan interpersonal dan pengetahuan tentang layanan yang telah

disediakan. Perusahaan juga perlu memperhatikan dan menjaga fasilitas agar tetap nyaman, bersih, aman dan memadai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. PT KAI DAOP 8 Surabaya dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan pelanggan, seperti informasi perjalanan yang bisa didapatkan melalui aplikasi atau yang lainnya. Pemantauan terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengetahui perbaikan apa yang diperlukan dan dapat memenuhi harapan pelanggan. PT KAI DAOP 8 Surabaya hendaknya mampu mengembangkan program loyalitas pelanggan yang memberikan manfaat kepada pelanggan yang sering menggunakan layanan PT KAI DAOP 8 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, D. N. (2024, 8 Januari). Sepanjang 2023, Sebanyak 5,4 Juta Pelanggan Gunakan Kereta Api dari Daop 8 Surabaya. Di akses pada 1 Maret 2024, dari <https://www.jawapos.com/surabaya-raja/013708845/sepanjang-2023-sebanyak-54-juta-pelanggan-gunakan-kereta-api-dari-daop-8-surabaya>
- Cuhanazriansyah, M. R., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DANA pada masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(2), 311–319.
- Hidayat, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Interveing (Studi: Armajaya Tour and Travel Kota Semarang)*.
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya*, 5(2), 1479–1489.
- Meftahudin, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kantin Unsiq Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(3), 281–288.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas..... 3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57.
- Setyoningrum, A. (2020). *Evaluasi Kualitas Layanan Jasa Transportasi PT Kereta Api Indonesia Kelas Eksekutif Lodaya*. 14(2), 1–4.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Winata, A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 810–822.