



PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN JASA KRL (KERETA REL LISTRIK) *COMMUTER LINE* JABODETABEK

Setyo Ramdhani

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia

Email : Setyoramdh@gmail.com

Abstrak

Banyaknya kasus yang sering dialami oleh jasa yang ditawarkan *Commuter Line*, seperti keterlambatan jadwal, kondisi di dalam rangkaian yang sangat padat, hingga kondisi lingkungan yang kurang aman. Sebab itu *Commuter Line* perlu melakukan pengelolaan atas layanan yang diberikan sehingga konsumen merasa puas dan tetap loyal menggunakan jasa *Commuter Line*. Kualitas layanan ditinjau dari lima dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kepuasan pelanggan dilihat dari tetap setia, membeli produk atau jasa baru yang ditawarkan, merekomendasikan produk atau jasa perusahaan, bersedia membayar lebih, dan *less cost*. Loyalitas pelanggan ditinjau dari lima dimensi yaitu kepuasan, pembelian ulang, komunikasi dari mulut ke mulut, *evangelism*, dan kepemilikan. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 100 responden yang pernah menggunakan jasa *Commuter Line* yang dianalisis dengan metode regresi linier dan dilengkapi oleh analisis jalur dengan bantuan software SPSS 23. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung loyalitas pelanggan yang positif dan signifikan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan tidak langsung antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Pihak manajemen *Commuter Line* perlu melakukan perbaikan secara berkesinambungan dan berinovasi demi meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggannya.

Kata Kunci : Jasa, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The number of cases cases that are often experienced by service that *Commuter Line* offered, such as late on schedule, very crowded inside the train, and unsafe enviromental inside the train. Therefore *Commuter Line* needs to manage the services provided so that consumers feel satisfied and remain loyal to use the *Commuter Line* services. Service quality is observed by five dimensions, such as reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles. Customer satisfaction is measured by recomendation staying loyal, buying new products or services offered, recommending company products or services, willing to pay more, and *less cost*. Customer loyalty is observed by five dimementions, satisfaction repeat purchase, word of mouth communication, *evangelism*, and ownership. The instrument of this research used the questionnaire with 100 respondents who used *Commuter Line* service wich were analyzed with regression – linier method and also completed by path analysis with SPSS 23 as a tool. The result indicate that variable service quality has dirrect effect on customer satisfaction and customer satisfaction has direct effect on customer loyalty positive and significant. There is a positive and significant indirect effect between service quality and

customer loyalty through customer satisfaction. The result of this research show that the direct impact of service quality on customer loyalty is greater than the indirect effect through customer satisfaction. The management of Commuter Line needs to continuous improvement and innovation to increase the satisfaction and loyalty of customers.

Keyword Service, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Transportasi memiliki pengaruh penting dalam kehidupan masyarakat modern. Selain memiliki dampak secara ekonomis seperti untuk mencari nafkah dan mobilitas bisnis, transportasi berdampak secara sosial dan budaya yaitu maupun membentuk gaya hidup yang mencerminkan kelas sosial di masyarakat dan dampak politik yang berupa kebijakan – kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintahan untuk mengatur keberadaan transportasi tersebut.

Kemacetan jalan-jalan di DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) merupakan salah satu masalah terbesar Pemerintah pusat dan daerah hingga saat ini. Bila tidak ada penataan sistem transportasi di area Jabodetabek maka dikhawatirkan kemacetan semakin memburuk.

Untuk menghindari kemacetan yang terjadi ini banyak masyarakat Bodetabek ingin beralih moda transportasi yakni dari transportasi pribadi ke transportasi umum massal. Kebutuhan masyarakat adalah transportasi yang cepat, mudah, dan murah sehingga dapat diandalkan untuk bermobilitas. Pemerintah mencoba menjawab kebutuhan tersebut dengan cara menunjuk PT. KAI untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat dengan menyediakan KRL (Kereta Rel Listrik).

Atas prestasinya tersebut KA *commuter line* menjadi moda transportasi yang difavoritkan oleh masyarakat karena beberapa keunggulannya. Selain itu masalah persinyalan kereta yang kerap menjadi faktor antrian hingga menyebabkan keterlambatan. Dilihat dari permasalahan – permasalahannya tentu bisa disimpulkan bahwa masih banyak kekurangan di pihak *Commuter Line* sebagai penyedia jasa. Maka dari itu, untuk menanggulangi permasalahannya perlu memperbaiki kualitas layanan yang diberikan.

Dari latar belakang tersebut, dapat diketahui terdapat keterkaitan antara kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen, maka perlu diketahui bagaimana pengaruh kualitas layanan kereta Commuter Line dan kepuasan konsumen dalam menciptakan loyalitas.

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang ingin dijawab oleh peneliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Commuter Line*?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa *Commuter Line*?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa *Commuter Line*?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pengguna jasa *Commuter Line*?



Hak cipta milik IBIKKG. Untuk lebih jelasnya, kunjungi website IBIKKG di alamat www.ibikkg.ac.id atau hubungi kami di nomor telepon 021-25343111. Untuk lebih jelasnya, kunjungi website IBIKKG di alamat www.ibikkg.ac.id atau hubungi kami di nomor telepon 021-25343111. Untuk lebih jelasnya, kunjungi website IBIKKG di alamat www.ibikkg.ac.id atau hubungi kami di nomor telepon 021-25343111.



KAJIAN PUSTAKA

Jasa

Kotler dan Keller (2016 : 422) mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan produksinya tidak terikat pada suatu produk fisik.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 156) mendefinisikan kualitas sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan agar memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 153) kepuasan adalah perasaan seseorang baik senang atau kecewa yang dihasilkan atas perbandingan kinerja produk atau jasa dengan harapan seseorang tersebut.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 153) loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Dalam jurnal Sachro dan Sri Rahayu (2013) kepuasan pelanggan adalah keadaan pikiran dimana pelanggan menganggap suatu fitur dari produk sesuai dengan ekspektasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah rasa yang diterima setelah pembelian dan merasakan kualitas terhadap suatu produk atau jasa.

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen

Menurut Zeithaml dalam jurnal Sachro dan Sri Rahayu (2013) Kualitas layanan dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Hal tersebut didukung oleh Oliver dalam jurnal Ebrahim Golshan, & Monireh Aryaee Manesh (2013) mengatakan bahwa loyalitas adalah komitmen yang kuat untuk membeli kembali produk atau jasa yang sama sehingga untuk perusahaan jasa harus memiliki kualitas layanan yang baik agar menghasilkan jasa yang superior.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen

Dalam jurnal Ali Akbar., Ebrahim Golshan, & Monireh (2013) telah terbukti bahwa kepuasan pelanggan akan berangsur – angsur menimbulkan perasaan dari loyalitas pelanggan dan kepercayaan terhadap organisasi.

H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen

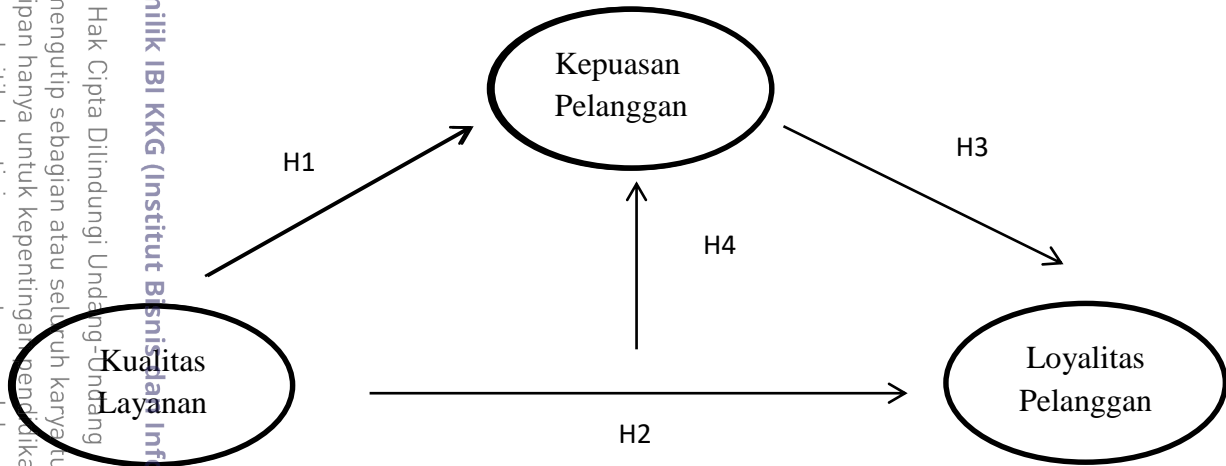
Konsep kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling terkait satu sama lain. Menurut Caruana menemukan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi dalam pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas. Dengan kata lain, Kualitas layanan dapat



berpengaruh efektif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam jurnal Ali Akbar, Ebrahim Golshan, & Monireh (2013).

H4 (Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan).

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Dalam rangka mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data primer, pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden yaitu pengguna jasa *Commuter Line*.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* yaitu sample non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah individu yang pernah menggunakan jasa KRL *Commuter Line*.

Variabel Penelitian

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Kotler dan Keller, 2016 : 442)	Reliabilitas	Pegawai <i>Commuter Line</i> handal dalam memberikan layanan	Interval
		Jasa <i>Commuter Line</i> memberikan ketepatan waktu yang sesuai dengan jadwal	Interval
	Daya tanggap	Pihak <i>Commuter Line</i> memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap	Interval
		Ketanggapan pihak <i>Commuter Line</i> dalam mengatasi masalah	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyaluran ke sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Jaminan	Pihak <i>Commuter Line</i> memberikan jaminan pelayanan yang aman bagi pengguna jasanya	Interval	
		Jasa <i>Commuter Line</i> selalu memberikan layanan secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan	Interval	
	Empati	Pihak <i>Commuter Line</i> memberikan kompensasi jika terjadi keterlambatan jadwal	Interval	
		Pihak <i>Commuter Line</i> sangat memperhatikan konsumen yang berkebutuhan khusus	Interval	
	Bukti langsung	Kelengkapan fasilitas keamanan dan kenyamanan untuk konsumen		Interval

Tabel 2
Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> <p>Loyalitas Konsumen (Kotler dan Keller, 2016 : 650)</p>	Kepuasan	Saya merasa puas atas layanan yang diberikan oleh pihak <i>Commuter Line</i>	Interval
	Pembelian Ulang	Saya akan mengulang menggunakan jasa transportasi <i>Commuter Line</i>	Interval
	<i>Word of Mouth</i>	Saya akan menyebarluaskan informasi tentang layanan dari jasa <i>Commuter Line</i> terhadap kerabat dan masyarakat	Interval
	<i>Evangelism</i>	Saya akan menganjurkan kepada kerabat agar menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	Interval
	Kepemilikan	Saya merasa senang apabila penumpang lain merasa nyaman menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	Interval



2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, skewness (kemencengan distribusi).

3. Analisis Regresi dan Korelasi

Menurut Ghozali (2016 : 94) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik.

HASIL ANALISIS

Maka dari itu peneliti menggunakan program SPSS 23. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner dengan total akhir sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah sehingga dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	Keterangan
Kualitas Layanan	<i>Commuter Line</i> handal memberikan layanan	0.659	Valid
	Ketepatan waktu dengan jadwal	0.533	Valid
	Memberikan pelayanan dengan cepat	0.710	Valid
	Ketanggapan dalam mengatasi masalah	0.614	Valid
	Jaminan pelayanan yang aman	0.633	Valid
	Memberikan layanan yang akurat sesuai yang dijanjikan	0.616	Valid
	Memberikan kompensasi jika terjadi keterlambatan	0.623	Valid
	Memperhatikan konsumen yang berkebutuhan khusus	0.588	Valid
	Kelengkapan fasilitas keamanan dan kenyamanan	0.681	Valid
Loyalitas Peanggan	Puas atas layanan yang diberikan	0.678	Valid
	Mengulang menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	0.677	Valid
	Menyebarkan informasi jasa <i>Commuter Line</i>	0.689	Valid
	Menganjurkan menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	0.688	Valid



Variabel	Indikator	r Hitung	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Senang apabila penumpang lain merasa nyaman menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	0.673	Valid
	Tetap menggunakan jasa <i>Commuter Line</i>	0.646	Valid
	Membeli produk penunjang yang ditawarkan	0.734	Valid
	Mereferensikan terhadap kerabat jasa <i>Commuter Line</i>	0.655	Valid
	Tetap menggunakan jasa <i>Commuter Line</i> meskipun ada kenaikan harga	0.644	Valid
	Memberi saran dan masukan	0.489	Valid
	<i>Commuter Line</i> lebih unggul secara keseluruhan	0.631	Valid

Sumber : Olahan SPSS 23

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan valid dikarenakan nilai r-hitung > 0,316.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0.798	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.709	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.702	Reliabel

Sumber : Olahan SPSS 23

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa nilai semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.7, sehingga variabel tersebut dinyatakan reliabel dan layak dipergunakan sebagai alat pengumpul data.

Analisis Regresi Linear

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Persamaan 1

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Persamaan 2

$$X_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta dan informasi milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 6
Hasil Uji F Persamaan 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.644	2	6.822	42.255	.000 ^b
	Residual	15.660	97	.161		
	Total	29.304	99			

Sumber : Olahan SPSS 23

Dari uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 42,255 dengan probabilitas 0,000 ($\text{sig} < 0,05$) jadi, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan atau dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Tabel 7
Hasil Uji F Persamaan 2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.833	1	6.833	36.360	.000 ^b
	Residual	18.416	98	.188		
	Total	25.248	99			

Sumber : Olahan SPSS 23

Dari uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 36,360 dengan probabilitas 0,000 ($\text{sig} < 0,05$) jadi, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan atau dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Tabel 8
Hasil Uji t Persamaan 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.801	.340		2.354	.021
Kualitas Layanan	.498	.093	.467	5.372	.000
Kepuasan Pelanggan	.335	.094	.311	3.576	.001

Sumber : Olahan SPSS 23

Persamaan garis regresi yang dihasilkan berdasarkan output komputer di bawah ini ditentukan berdasarkan nilai-nilai di bawah kolom B.

$$Y = 0,801 + 0,498 X_1 + 0,335 X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel bebas X adalah positif. Nilai koefisien X yang positif artinya apabila terjadi perubahan pada variabel X, maka menyebabkan perubahan secara searah pada variabel Y.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 9
Hasil Uji t Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.977	.308		6.415	.000
Kualitas Layanan	.515	.085	.520	6.030	.000

Sumber : Olahan SPSS 23

Persamaan garis regresi yang dihasilkan berdasarkan output komputer di bawah ini ditentukan berdasarkan nilai-nilai dari kolom B.

$$X_2 = 1,977 + 0,515 X_1$$

Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

Tabel 10
Hasil Pengaruh Langsung dan tidak Langsung

Independen	Dependen	Intervening	Koefisien		
			Direct	Indirect	Total
Kualitas Layanan (X ₁)	Kepuasan Konsumen (X ₂)	-	0.520	-	0.520
Kualitas Layanan (X ₁)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Konsumen (Z)	0.467	0.162	0.629
Kepuasan Konsumen (X ₂)	Loyalitas Pelanggan (Y)	-	0.311	-	0.311

Sumber : Olahan SPSS 23

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah disajikan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh atas kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Commuter Line*, sehingga hipotesis pertama terbukti.
2. Terdapat pengaruh atas kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Commuter Line*, sehingga hipotesis kedua terbukti.
3. Terdapat pengaruh atas Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Commuter Line*, sehingga hipotesis ketiga terbukti.
4. Terdapat pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis keempat didukung.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA

Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Business Research Methods, 12th Edition*, New York: McGraw Hill Irwin.

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Universitas Dipenogoro.

Hasan, Ali (2014), *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*, Cetakan kedua, Yogyakarta: CAPS(Center For Academic Publishing Service).

Kotler, Philip., Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing, 6th Edition*, USA : Pearson Education.

Kotler, Philip., Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management, 15th Edition*, Global Edition, USA: Pearson Education.

Sugiono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra (2016), *Service, Quality dan Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta: Andy.

1. Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

