

Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi KPM Trans Garut Dianalisis Melalui Harga dan Fasilitas

Resa Ayigistina¹, Wati Susilawati², Aji Prasetya Hadi³

¹²³Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Jl. Raya Samarang, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151
Indonesia

Email: ayigistinaresa03@gmail.com¹, w.susilawati@uniga.ac.id², aji.prasetya@uniga.ac.id³

Diterima	29	Juni	2025
Disetujui	15	Desember	2025
Dipublish	15	Desember	2025

Abstract

This article aims to examine the variables of Customer Satisfaction at KPM Trans Garut Analyzed Through Price and Facilities. The method used is a quantitative approach with data obtained from distributing questionnaires with a total of 100 respondents. In the process of determining the characteristics used non-probability sampling method with purposive sampling technique. For the population that is the benchmark is customers who have used KPM Trans Garut transportation services. The data analysis method is SEM-PLS assisted by the Smart PLS 4.0 application. For the results of the study, it can be shown that both price and facilities have positive and significant results on customer satisfaction. Competitive prices and adequate facilities have been proven to be able to increase the level of satisfaction of service users. These findings indicate the importance of pricing strategies and improving the quality of facilities as an effort to build customer satisfaction and strengthen KPM Trans' position in the midst of competition in the transportation industry.

Keywords: Price, Facility, Customer Satisfaction

Abstrak

Artikel ini guna meneliti variabel Kepuasan Pelanggan Pada KPM Trans Garut Dianalisis Melalui Harga dan Fasilitas. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan data yang didapat dari pembagian angket dengan jumlah 100 responden. Pada proses penentuan karakteristik yang dipakai metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Untuk populasi yang menjadi patokan adalah pelanggan yang sudah menggunakan jasa transportasi KPM Trans Garut. Metode analisis data yaitu SEM-PLS yang dibantu dengan aplikasi Smart PLS 4.0. Untuk hasil penelitian dapat ditunjukkan bahwa baik harga maupun fasilitas terdapat hasil yang positif juga signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang kompetitif juga fasilitas yang memadai terbukti mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengguna layanan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya strategi penetapan harga dan peningkatan kualitas fasilitas sebagai upaya untuk membangun kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi KPM Trans di tengah persaingan industri transportasi.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan



Pendahuluan

Pada pertumbuhan teknologi masa kini, terdapat berbagai perubahan yang terjadi terutama dalam perkembangan teknologi di sektor jasa transportasi. Layanan transportasi adalah suatu bentuk jasa yang berfungsi untuk mengantarkan pengguna dari lokasi penjemputan ke tempat tujuan (Rifan, 2023). Transportasi kini semakin banyak digunakan terutama di daerah perkotaan seperti Jabodetabek, Garut dan Bandung (Dimas, 2023). Layanan ini menggunakan konsep penjemputan dari satu titik ke titik lainnya (*pool to pool*) secara berkala dengan jarak dekat yang dikenal sebagai transportasi mobil *shuttle*.

Tingkat minat masyarakat Indonesia terhadap penggunaan transportasi semakin banyak seiring dengan hadirnya moda transportasi yang lebih berkualitas dan mengutamakan keselamatan (Dephub, 2024). Sebagian besar masyarakat Indonesia, yakni 36,5%, lebih memilih menggunakan transportasi umum antar kota (Goodstats, 2024). Pentingnya transportasi dilihat dari meningkatnya akan permintaan masyarakat terhadap jasa transportasi, seiring dengan pertumbuhan populasi serta perkembangan permukiman di kawasan perkotaan (Rifan Mutaqin, 2023). Akibatnya, dengan semakin padatnya jumlah penduduk di kawasan perkotaan, kebutuhan akan sistem transportasi menjadi salah satu kebutuhan utama (Nurcahyono, 2023). Salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi di Kota Garut yaitu KPM Trans, KPM Trans mulai beroperasi sejak juni 2015. Perkembangan KPM Trans di Garut telah menambah variasi rute perjalanan yang tersedia. Saat ini, rute yang dilayani oleh KPM Trans ada tiga rute meliputi Rute Baltos (Balubur Town Square), Bubat (Buah Batu), dan Summarecon sebagai jalur terbaru. (Trans, 2025).

Tabel 1.1 Transportasi Shuttle di Kota Garut berdasarkan skala peringkat.

No.	Nama Transportasi	Rating
1.	ARP Trans Tour & Travel	5,0
2.	Erctrans Mobil Garut	5,0
3.	Garut Trans Airport	4,7
4.	KPM Trans Garut	4,5
5.	Bhinneka Shuttle Garut	4,2

Sumber: *Google Review* (2025)

Berdasarkan tabel diatas, KPM Trans menempati peringkat kedua terendah dalam skala rating, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masih relatif rendah dibandingkan penyedia jasa lainnya. Hal ini diduga disebabkan oleh faktor harga dan fasilitas yang kurang memadai, sehingga berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang setelah ia membandingkan apa yang ia terima dari suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya (Tjiptono, 2019). Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan pelayanan terbaiknya untuk merebut hati calon pelanggan agar menggunakan jasa perusahaan tersebut, setiap perusahaan akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga dan fasilitas yang memadai agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang dirasakan dan diharapkan akan menjadi pelanggan di perusahaan transportasi tersebut (Kusuma Minarta *et al.*, 2023).

Pemasalahan pertama dalam penelitian ini berkaitan dengan harga, harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk, baik barang maupun jasa, yang dibeli dari penjual (Astuti, 2021). Kehadiran moda transportasi baru memberikan lebih banyak pilihan bagi calon penumpang yang ingin bepergian ke Kota Bandung. KPM Trans menawarkan harga tiket yang cukup terjangkau, namun keberadaan jasa transportasi lain seperti



KAI, Primajasa, dan Karunia Bakti di Garut membuat pelanggan cenderung membandingkan harga KPM Trans dengan jasa transportasi lainnya (Achsa, 2021). Sehingga jumlah penjualan tiket di beberapa bulan tertentu mengalami penurunan pembelian. Berikut merupakan data mengenai penjualan tiket KPM Trans selama periode Januari 2024 hingga Desember 2024 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Tiket KPM Trans Periode Januari 2024 Sampai Desember 2024.

No.	Tahun	Target (Orang)	Jumlah Rill
1.	2021	80.000	53.911
2.	2022	100.000	63.980
3.	2023	100.000	65.112
4.	2024	100.000	71.511

Sumber : Data KPM Trans (2025)

Berdasarkan tabel 1.2 dijelaskan bahwa jumlah penjualan tiket KPM Trans mengalami fluktuasi dan tidak mencapai target pada setiap tahunnya. Peneliti berasumsi bahwa faktor tersebut disebabkan oleh sarana fasilitas yang belum maksimal serta banyak jasa transportasi lain yang menawarkan harga dibawah harga tiket KPM Trans kepada para calon pelanggan (Susilawati, 2022). Ketidakstabilan penjualan tiket KPM Trans menunjukkan bahwa pelanggan kurang memiliki komitmen terhadap harga tiket yang ditawarkan oleh perusahaan (Susilawati, 2017). Perusahaan menargetkan peningkatan jumlah pelanggan setiap bulan, namun upaya ini tidaklah mudah, terutama dengan semakin banyaknya pesaing di industri yang sama. Secara umum, kondisi ini dipengaruhi oleh kebutuhan pelanggan serta tingkat kepuasan yang bergantung pada berbagai faktor, seperti harga dan fasilitas. Salah satu strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan adalah dengan menentukan harga yang tepat. Harga memainkan peran penting dan harus dipertimbangkan dengan cermat,

dengan memperhatikan target pasar, kombinasi produk dan layanan yang ditawarkan, serta tingkat persaingan yang ada (Purbohastuti, 2021).

Selain itu, permasalahan kedua dalam penelitian ini terkait fasilitas yang tersedia. Salah satu aspek penting dalam pengembangan bisnis adalah keberadaan fasilitas yang memadai. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum suatu layanan dapat diberikan kepada konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas sarana prasarana pendukung yang disediakan perusahaan untuk kenyamanan dan kepuasan konsumen (Kotler, 2019). Fasilitas juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Agar pelanggan merasa puas, perusahaan menyediakan berbagai fasilitas yang dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan dalam menjalankan usaha, baik di bidang produk maupun jasa (Fikri, 2018). Bagi perusahaan, kepuasan pelanggan dapat tercermin dari apresiasi mereka terhadap fasilitas yang diberikan serta harga yang terjangkau, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan (Aditia, 2021).

Berdasarkan hasil ulasan pelanggan yang terdapat pada media *Online Travel Review* (OTR) yang ditinjau dari *Google Review*, jasa transportasi KPM Trans Garut saat ini masih menggunakan fasilitas standar yang belum mencapai tingkat kenyamanan dan kualitas layaknya fasilitas pada jasa transportasi lainnya (Susilawati Wati, 2022). didapat bahwa KPM Trans dari segi fasilitas tidak memiliki lahan parkir dan menggunakan badan jalan raya, ruang tunggu penumpang yang tidak terlalu luas, serta tidak ada mesin pencetak tiket. Sedangkan untuk fasilitas pada transportasi kurangnya ketersediaan colokan listrik untuk charger handphone, Seat mobil yang terlalu rapat, dan juga AC yang kurang berfungsi dengan baik. Hal ini mengharuskan pelanggan



untuk lebih cermat dalam memilih layanan transportasi yang akan digunakan saat melakukan perjalanan (Berliani, 2021). Karena itulah penting bagi sebuah jasa transportasi untuk memiliki fasilitas yang berkualitas dan mampu membuat pelanggan merasa puas.

Apabila fasilitas tidak memadai, pelanggan yang menggunakan jasa transportasi dapat merasa tidak nyaman dan tidak puas, yang pada akhirnya juga dapat berdampak pada penjualan tiket KPM Trans Garut (Jayusman, 2022). Karena itulah penting bagi sebuah jasa transportasi untuk memiliki fasilitas yang berkualitas dan mampu membuat pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan ini bisa membawa banyak manfaat, seperti terciptanya hubungan yang baik antara pelaku usaha dan pelanggan, mendorong pelanggan untuk datang

Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode guna menjawab pertanyaan maupun pernyataan dari indikator yang ada pada kuesioner secara terstruktur dan sesuai dengan sistematika penelitian ilmiah (Berlianti, 2024). Proses dalam mencari data penelitian adalah dengan mencari kajian *literature* studi pustaka dan pengisian kuesioner. Untuk kuesioner disebarkan melalui *Google form* dan untuk studi pustaka dilakukan dengan mencari jurnal dan membaca buku. Penelitian ini dilakukan di KPM Trans Garut. Metode analisis yang dipakai adalah *SEM-PLS* dan untuk Teknik dalam memperoleh sampel memakai metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu proses pengambilan sampel pada tinjauan yang spesifik.

Dengan ketidakpastian mengenai jumlah populasi, rumus yang diterapkan yaitu *Unknown Population* dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

kembali, meningkatkan loyalitas, dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Hadi, 2019).

Terdapat tiga aspek utama yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menjawab bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan dalam industri transportasi di KPM Trans Garut dengan harga dan fasilitas sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Afedo & Qu, 2021). Maka dari itu diambil permasalahan penelitian dengan judul **“Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi KPM Trans Garut Dianalisis Melalui Harga dan Fasilitas”**.

$$N = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Diketahui :

N = Jumlah Sampel

Z = mengukur taraf kredibel dengan $\alpha = 0,05$ (taraf kredibel 95%) yang artinya $z \frac{1}{2} 95\% = z$ 0,475 pada tabel terdapat 1,96.

μ = *margin of error*

dari rumus tersebut jumlah sampel yang didapat yaitu :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \quad n = 96$$

maka dapat disimpulkan bahwa peneliti mengambil jumlah sampel yang diperlukan yaitu sebanyak 96 responden kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel yang dipilih adalah orang yang sudah menggunakan jasa transportasi KPM Trans Garut.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh

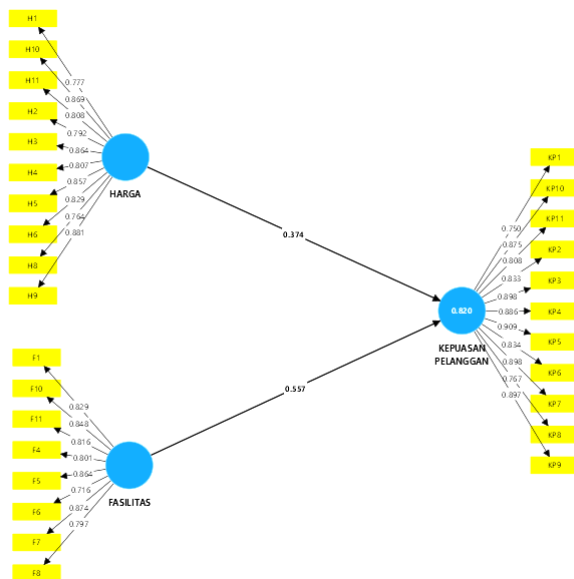


kepuasan pelanggan pada jasa transportasi KPM Trans Garut yang dianalisis melalui Harga dan Fasilitas. Pada penelitian ini menjelaskan hasil dari 100 responden dengan kisaran usia antara 20 – 50 tahun keatas sebanyak 93 responden. Usia tersebut menunjukkan bahwa pengguna transportasi lebih di dominasi oleh orang dewasa yang ingin berlibur dan juga bekerja (P Sondakh, 2021).

1. Analisis Outer Model (Evaluation Measurement Model)

Outer Model merupakan model yang menjelaskan seperti apa indikator - indikator terhubung atau berkaitan dengan variabel yang tidak bisa diukur secara langsung (variabel laten) (Nurhalizah *et al.*, 2023). Berikut gambar dari hasil pengujian:

Gambar 1. Hasil *output* SEM PLS



Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2025)

Evaluasi pengukuran model pada SEM-PLS dilakukan dengan metode non-parametrik, menggunakan *bootstrapping* dan *blindfolding*. Tujuannya untuk memastikan bahwa indikator

yang digunakan valid dan reliabel. Pada model, evaluasi pengukuran model mencakup beberapa tahapan pengolahan data (Marliana, 2019).

Tabel 1. Analisis *Outer Model*

Va ria ble	Indi cator code	Loadin g Factor	Cron bach Alph a	Comp osite Reliab ility	Aver age Vari ant Extra cted (AV E)
Ha rga	H1	0,829	0,948	0,955	0,68 2
	H10	0,848			
	H11	0,816			
	H2	0,801			
	H3	0,864			
	H4	0,807			
	H5	0,857			
	H6	0,829			
	H8	0,764			
Fas ilit as	F1	0,829	0,929	0,942	0,67 1
	F10	0,848			
	F11	0,816			
	F4	0,801			
	F5	0,864			
	F6	0,716			
	F7	0,874			
	F8	0,797			
Ke pu asa n Pel an gg an	KP1	0,750	0,962	0,967	0,72 6
	KP1	0,875			
	KP1	0,808			
	KP2	0,833			
	KP3	0,898			
	KP4	0,886			
	KP5	0,909			
	KP6	0,834			
	KP7	0,898			
	KP8	0,767			



Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2025)

Hasil outer model menunjukkan bahwa indikator dinyatakan valid dan reliabel. Menurut (L. Ghazali, 2015) sebuah indikator dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai faktor atau kontribusinya terhadap konstruk lebih dari 0,7. Pada indikator pertama, aspek Harga (H) hasil analisis menunjukkan bahwa data memiliki hubungan yang kuat, dengan nilai antara 0,764 hingga 0,881. Selain itu, nilai keandalan *cronbach alpha* dengan nilai 0,948 dan nilai *composite reliability* sebanyak 0,955 juga sangat baik, menunjukkan bahwa data ini konsisten dan dapat dipercaya. Untuk indikator kedua, aspek Fasilitas (F), data juga menunjukkan hubungan yang kuat (nilai antara 0,716 hingga 0,874), serta nilai keandalan yang tinggi (*cronbach alpha* 0,929 dan *composite reliability* 0,942). Terakhir, pada aspek indikator Kepuasan Pelanggan (KP), nilai hubungan juga kuat (antara 0,750 hingga 0,909), dan nilai keandalannya yang cukup tinggi (*cronbach alpha* 0,962 dan *composite reliability* 0,967). Secara menyeluruh, perolehan ini menjelaskan bahwa model pengukuran yang digunakan kuat dan valid, sehingga penilaian terhadap kepuasan pelanggan di KPM Trans Garut dapat dianggap akurat dan dapat dipercaya.

Tabel 2. Discriminant Validity

	Fasilitas	Harga	Kepuasan Pelanggan
Fasilitas	0,819		
Harga	0,890	0,826	
Kepuasan Pelanggan	0,890	0,870	0,852

Sumber: Hasil olah data peneliti (2025)

Pada tabel *discriminant validity* menjelaskan bahwa jumlah dari *AVE* pada masing - masing

variabel yaitu dengan jumlah 0,819 untuk fasilitas, nilai 0,826 untuk harga dan nilai 0,852 untuk kepuasan pelanggan, suatu konstruk dianggap memiliki *validity discriminant* yang baik jikalau jumlah akar kuadrat *AVE* jauh lebih besar daripada hubungan antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

2. Analisis *Inner Model*

Tabel 3. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0,820	0,817

Sumber: Hasil olah data peneliti (2025)

Pada tabel *R Square* terdapat nilai kepuasan pelanggan sebanyak 0,820. sedangkan jumlah *Adjusted R Square* sekitar 0,817. Menurut (L. Ghazali, 2016) jika nilai *R Square* mencapai 0,67 artinya hubungan antara variabel pada model termasuk kuat. Apabila nilai hanya sekitar 0,33 itu menunjukkan bahwa hubungan netral, dan apabila nilai hanya 0,19, maka hubungannya tergolong lemah. Dari nilai *R Square* 82,0% menunjukkan kepuasan pelanggan dapat dideskripsikan oleh variabel harga dan fasilitas.

3. Pengujian *Hipotesis*

Untuk menganalisis uji hipotesis, setiap hubungan antar variabel dianalisis secara statistik menggunakan metode bootstrapping. metode ini digunakan agar dapat melihat seberapa besar pengaruhnya dan apakah pengaruh tersebut signifikan. Pengujian ini dilakukan dengan standar kepercayaan 95% artinya hasil tersebut bisa dikatakan signifikan jika jumlah t-statistiknya > 1,96 atau pada tingkat kesalahan 5%.

Tabel 4. Path Coefficients



	Original Sample	Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T Statistic	P Values
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0,374	0,374	0,108	3,466	0,001
Fasilitas -> Kepuasan Pelanggan	0,557	0,558	0,107	5,179	0,000

Sumber: Hasil olah data peneliti (2025)

Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil menunjukkan pada indikator pertama, bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan mempunyai jumlah dari *original sample* sekitar 0,374 yang artinya berpengaruh signifikan, diperkuat oleh jumlah *sample mean* (M) sekitar 0,374 dengan jumlah t-statistik yang signifikan sekitar 3,466 dan nilai *P Values* sekitar 0,001. Maka, dapat dideskripsikan bahwa Harga yang ditetapkan oleh KPM Trans Garut terdapat adanya dampak yang cukup signifikan mengenai kepuasan pelanggan. Maka karena itu, strategi penetapan harga yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan KPM Trans Garut dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Temuan ini didukung oleh hasil penelitian dari (Amanda Diamontina *et al.*, 2024) yang

menyatakan bahwa harga memiliki peran penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi. Pelanggan lebih merasa puas jika harga yang diberikan sepadan dengan manfaat yang mereka terima. Ketika tarif dianggap wajar, transparan, dan sebanding dengan kenyamanan serta keamanan saat melakukan perjalanan, maka pelanggan akan lebih cenderung untuk kembali menggunakan jasa transportasi tersebut. Selain itu ada riset (Setyawati, 2022) yang menyatakan bahwa ketika pelanggan merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan nilai atau keuntungan yang mereka peroleh, maka tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Kepuasan pada pelanggan diharapkan dapat berkontribusi secara positif terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis perusahaan.

Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil menunjukkan pada indikator kedua, bahwa fasilitas terhadap kepuasan pelanggan mempunyai jumlah *original sample* sekitar 0,557 yang artinya berpengaruh positif, diperkuat oleh jumlah *sample mean* (M) sekitar 0,374 dengan nilai t-statistik yang signifikan dengan jumlah 5,179 dan nilai *P Values* yaitu 0,000. Jadi, bisa ditarik kesimpulan pada fasilitas terdapat pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan di KPM Trans Garut. Pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika layanan transportasi menyediakan fasilitas yang memadai dan sesuai dengan harapan mereka. pada KPM Trans Garut, fasilitas yang baik memberikan rasa aman, nyaman, dan menyenangkan selama perjalanan, yang alhasil bisa menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan serta kemungkinan mereka untuk menggunakan kembali jasa KPM Trans Garut.

Temuan ini didukung oleh hasil penelitian dari (Nikin Hardati, 2021) Fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa transportasi memiliki pengaruh besar terhadap tingkat



kepuasan pelanggan. Fasilitas seperti kenyamanan tempat duduk, kebersihan kendaraan, ketersediaan AC, akses Wi-Fi, menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Kemudian sejalan dengan temuan dari (Anggraini & Budiarti, 2020) yang menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan lantaran merupakan hal pertama yang bisa dilihat dan dirasakan saat pelanggan berinteraksi dengan suatu layanan. Dan ditegaskan oleh (Maulidiah, 2023) Semakin lengkap dan berkualitas fasilitas yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dan loyal terhadap jasa transportasi tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari penelitian diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel harga maupun fasilitas mendapat hasil yang signifikan akan kepuasan pelanggan KPM Trans Garut. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi secara positif mengenai tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi. Harga yang kompetitif dan dianggap wajar oleh pelanggan mampu meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan. Sementara itu, fasilitas yang memadai seperti kenyamanan kendaraan dan kelengkapan layanan turut mendukung terciptanya pengalaman perjalanan yang positif.

Daftar Pustaka

Achsa, A., & Wibisono, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan (Studi Kasus Di Ahass Astra Honda Motor Kedungsari Kota Magelang). *Image : Jurnal Riset*

Manajemen, 9(2), 92–100.
<https://doi.org/10.17509/image.v9i2.25936>

Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114.
<https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>

Afedo, P. D., & Qu, Y. (2021). Analyzing the Antecedents (I.E., Service Price and Service Quality) and Consequences (I.E., Repurchase Intention and Customer Loyalty) Of Customer Satisfaction in Transportation Industry of Ghana: The Mediated Model. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 7(07), 152–159.
<https://doi.org/10.23958/ijsssei/vol07-i07/308>

Amanda Diamontina, Susanto, & Yuliana. (2024). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 469–475.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1029>

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.

Berliani, A., Sunarwijaya, I. K., & Adiyandnya, M. S. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi.



- Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 20–27.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Dephub. (2024). *Hadirnya Bus Berkualitas Diharapkan Tingkatkan Minat Masyarakat Gunakan Angkutan Umum*. Dephub.Go.Id. <https://dephub.go.id/post/read/hadirnya-bus-berkualitas-diharapkan-tingkatkan-minat-masyarakat-gunakan-angkutan-umum>
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Ghozali, L. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats. (2024). *Masyarakat Puas Dengan Sistem Transportasi Umum di Era Jokowi*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/masyarakat-puas-dengan-sistem-transportasi-umum-di-era-jokowi-rXibR>
- Hadi, A. P. (2019). *Pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tamansari Goa Snyaragi*. 13(11), 1–23.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jayusman, H. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Cafe Pangkalan Bun. *Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Antakusuma*, 10(2), 93–100.
- Kotler, Philip., dan G. A. (2019). *Principles of Marketing* (14 th Ed). Prentice Hall.
- Kusuma Minarta, M., Wijiastuti, S., & Darsono, D. (2023). Brand Image, Price, and Facilities Affect Consumer Decisions Using Tourism Bus Services (Survey on Consumers Pt. Kusuma Trans in Klaten Regency). *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(1), 61–69. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i1.131>
- Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Muhammad Rifan Mutaqin, Mochamad Malik Akbar Rohandi, & Septiana Ayu Estri Mahani. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Transportasi Online Indrive di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 69–78. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824>
- Nikin Hardati, R. (2021). Pengaruh Kinerja Driver dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang). *Profit*, 15(01), 74–83. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.8>
- Nurcahyono. (2023). Analisis Penggunaan Moda Transportasi Bagi Pekerja Komuter (Studi Kasus Kecamatan Gunung Putri).



- Jurnal Transportasi*, 23(3), 177–184.
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Jambi, U. (2023). *Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square* pada. 6(2), 125–135.
- P Sondakh, R. S. (2021). *Hubungan Antara Pengguna Sepeda Motor Untuk Bekerja Dengan Gender, Usia, Kepemilikan Kendaraan Dan Jarak Perjalanan Di Kota Bandung*. 31–44.
- Pane, Fikri, &, & Ritonga. (2018). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Teno Sukses Abadi Di Kota Batam*. 4.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Setyawati, M. R., Rohaeni, N. W., & Woelandari, H. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2159–2166.
- Susilawati, W., & Wufron, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17, 024–034. www.jurnal.uniga.ac.id
- Susilawati Wati, Hanifah Siti Hani, M. N. S. (2022). Tourism Facilities dan Tourist Satisfaction Pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi, Volume 21*.
- Trans, K. (2025). *KPM Trans*. <https://www.kpmtrans.id>

