

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Customer Loyalty*

Hernita Effendi¹, Yenita²

¹Politeknik Transportasi Darat Indonesia - STTD
Jl. Setu KM 3,5, Cibitung, Bekasi, Indonesia

²Universitas Tarumanagara
Jl. L.S. Parman No. 1, Jakarta, Indonesia

e-mail: ¹Hernita.Effendi@ptdisttd.ac.id, ²Yenita@fe.untar.ac.id

Informasi Artikel

Diterima: 26-01-2023

Direvisi: 06-02-2023

Disetujui: 12-02-2023

Abstrak

Peningkatan jumlah *customer* Terminal Jatijajar Depok hanya terjadi pada *peak season*, yaitu perayaan Natal, pergantian tahun, dan hari raya besar, namun di bulan-bulan lainnya nampak fluktuatif dan cenderung turun. Hal ini terjadi karena bermacam-macam faktor diantaranya karena keberadaan terminal bayangan. Selain faktor tersebut terdapat beberapa faktor lain yang memengaruhi *customer loyalty* masyarakat terhadap Terminal Jatijajar Depok. Sebagai penyedia jasa Terminal Jatijajar Depok tentu harus memberikan pelayanan yang berkualitas guna menciptakan *customer trust and satisfaction* sehingga masyarakat loyal. *Customer experience* juga mampu memengaruhi *customer loyalty*. Penelitian bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok. Penelitian termasuk dalam deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden dengan metode pengambilannya menggunakan *purposive sampling* dengan *moe* 10%. Data dianalisis menggunakan *path analysis* dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil membuktikan *service quality* tidak memengaruhi *customer satisfaction and loyalty*, tetapi berpengaruh pada *customer trust*. Kemudian *customer experience* tidak mampu memengaruhi *customer satisfaction and trust*, tetapi mampu memengaruhi *customer loyalty*. Selanjutnya *customer satisfaction* tidak mampu memengaruhi *customer loyalty*, namun *customer trust* mampu memengaruhi *customer loyalty*. Terakhir, *service quality* tidak mampu memengaruhi *loyalty* dimediasi *customer trust and satisfaction*, akan tetapi *customer experience* mampu memengaruhi dengan variabel mediasi yang sama. Hasil analisis menyimpulkan *service quality* tidak memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok secara langsung maupun tidak langsung, namun *customer experience* mampu memengaruhi.

Kata kunci: *loyalty, satisfaction, dan trust.*

Abstract

The increase in the number of customers at the Jatijajar Depok Terminal only occurred during the peak season, namely Christmas, New Year's celebrations and major holidays, but in other months it seemed fluctuating and tended to decrease. This happens due to various factors including the existence of a shadow terminal. Apart from these factors, there are several other factors that affect customer loyalty to the Depok Jatijajar Terminal. As a provider of Jatijajar Depok Terminal services, of course, we must provide quality services in order to create customer trust and satisfaction so that the community is loyal. Customer experience can also affect customer loyalty. The research aims to examine the factors that influence customer loyalty at the Jatijajar Depok Terminal. Research is included in the quantitative descriptive. The sample in this study was 100 respondents with a purposive sampling method with a *moe* of 10%. Data were analyzed using path analysis with the help of the SPSS application. The results prove that service quality does not affect customer satisfaction and loyalty, but does affect customer trust. Then customer experience is not able to influence customer satisfaction and trust, but is able to influence customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction is not able to influence customer loyalty, but customer trust can influence customer loyalty. Finally, service quality is not able to influence loyalty mediated by trust and customer satisfaction, but customer experience can influence it with the same mediating variable. The results of the analysis conclude that service quality does not affect customer loyalty at the Jatijajar Depok Terminal directly or indirectly, but customer experience can influence it.

Keywords: *loyalty, satisfaction, and trust.*

1. Pendahuluan

Transportasi merupakan sektor penting guna keperluan proses pembangunan dan penyediaan suatu layanan. Transportasi tidak dapat dipisahkan dari

aktivitas manusia (Sumampouw et al., 2022) karena transportasi menjadi salah satu media penghubung antarkota dan antardaerah (Dramayu, 2022). Peningkatan jasa transportasi adalah sebuah



keharusan yang tidak dapat dihindari. Pentingnya jasa transportasi menjadi perhatian khusus suatu negara untuk terus meningkatkan kualitas jasa transportasinya.

Terminal menjadi salah satu bagian sangat penting dalam jasa transportasi. Terminal yang ideal tentunya merupakan dambaan setiap masyarakat. Terminal Jatijajar merupakan terminal Tipe A yang berada dalam naungan Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek yang terletak di Kota Depok. Dengan letak yang strategis seharusnya Terminal Jatijajar Depok mampu menjadi pilihan masyarakat Kota Depok dan sekitarnya untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan transportasi mereka. Berdasarkan data di lapangan jumlah penumpang Terminal Jatijajar Depok terlihat fluktuatif.

Tabel 1. Jumlah Keberangkatan Penumpang Terminal Jatijajar Depok 2022

Bulan	AKAP	AKDP
Januari	22682	2061
Februari	15980	1379
Maret	18209	1610
April	21032	2566
Mei	19488	3037
Juni	16676	1418
Juli	26681	2287
Agustus	17781	1594
September	17470	1467
Oktober	18419	1748
November	16277	1551
Desember	24849	2564

Sumber: Data Terminal Jatijajar Depok (2022)

Data pada tabel 1 menunjukkan di mana hanya pada *peak season* seperti: perayaan Natal, pergantian tahun, dan hari raya besar jumlah penumpang Terminal Jatijajar Depok mengalami kenaikan yang signifikan. Namun di bulan-bulan lainnya fluktuatif cenderung penurunan. Hal ini terjadi karena bermacam-macam faktor diantaranya karena keberadaan terminal bayangan di sekitar Terminal Jatijajar Depok. Hal ini tentu sangat mengganggu karena tidak sesuai dengan peraturan yang ada.

Selain faktor tersebut terdapat beberapa faktor lain yang memengaruhi *customer loyalty* masyarakat terhadap Terminal Jatijajar Depok. Sebagai penyedia jasa Terminal Jatijajar Depok tentu harus memberikan pelayanan yang memiliki kualitas guna menciptakan *customer trust and satisfaction* sehingga masyarakat loyal (Dam & Dam, 2021). Kospandani dan Wahyudi (2021) mengemukakan bahwa *customer trust and satisfaction* memengaruhi *customer loyalty*. *Service quality* memengaruhi *customer loyalty* yang diintervening oleh *satisfaction* (Nabila et al., 2022). Selanjutnya Hamzah et al. (2021) juga mengemukakan *customer experience* mampu memengaruhi *loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai pemediasi.

Namun terdapat gap pada penelitian sebelumnya mengenai *service quality, customer trust, dan experience*. Di mana *service quality* di KAI *commuter region 6* Yogyakarta tidak memengaruhi *loyalty* (Kospandani & Wahyudi, 2021). Kemudian *customer trust dan experience* tidak memengaruhi *customer loyalty* Grab di Pekanbaru, namun *customer trust dan experience* mampu memengaruhi *loyalty* dengan *satisfaction* sebagai variabel pemediasi (Hamzah et al., 2021).

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Analisis ini merupakan proses melakukan tinjauan terhadap data berupa angka yang diperoleh menjadi lebih jelas dan bermakna (Putu Ethika Febriyanthi et al., 2022). Data yang diperoleh dari pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat terstruktur untuk kemudian dianalisis. Penelitian ini akan menganalisis *customer loyalty* di Terminal Jatijajar Depok.

Sampel

Sampel menggunakan *nonprobability sampling dan purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. *Nonprobability sampling* berarti peluang yang diberikan kepada seluruh peserta populasi untuk dapat dijadikan sampel penelitian berbeda. Kemudian *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan (Sesmiarni et al., 2022). Berikut pertimbangan yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan responden:

1. Penumpang Terminal Jatijajar Depok.
2. Telah lebih dari 2 kali naik bus dari Terminal Jatijajar Depok.

Berdasarkan kriteria di atas peneliti menggunakan 100 penumpang Terminal Jatijajar Depok, jumlah tersebut telah melebihi minimum sampel dengan *moe* 10% (Windikusma & Widiyanto, 2015). Jumlah minimum sampel yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} = 96.04 \text{ pembulatan menjadi } 97$$

Metode Pengambilan Data

Teknik pengambilan data menggunakan dua teknik pengumpulan, yaitu kuesioner dan observasi. Kuesioner di bagikan kepada responden sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Selanjutnya dengan observasi. Menurut Cartwright (1984) dalam (Novianti, 2012), mengemukakan bahwa observasi adalah proses mengamati dan mencatat perilaku dengan sistematis untuk maksud pembuatan perintah, pelayanan, dan manajemen lainnya.

Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan metode analisis path. Menurut Sugiyono (2015) dalam Haryandika & Santra (2021), Analisis path (analisis jalur) diperlukan untuk menguji dan mendeskripsikan kesepadanan matriks korelasi menggunakan dua model hubungan atau lebih sebab akibat hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut Ghozali (2014) analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda dalam memperkirakan hubungan antar variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui hubungan antara tiga variabel atau lebih dalam menyetujui atau menolak hipotesis (Haryandika & Santra, 2021).

3. Hasil dan Pembahasan

Validitas

Tabel 2. Output Validitas

Variabel	Unit Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Makna
Service quality (SQ)	SQ1		.673	Valid
	SQ2		.568	
	SQ3		.470	
	SQ4		.688	
	SQ5		.454	
Customer experience (E)	E1		.590	Valid
	E2		.654	
	E3		.503	
	E4	.195	.328	
	E5		.555	
Customer satisfaction (S)	S1		.555	Valid
	S2		.631	
	S3	.195	.583	
	S4		.513	
	S5		.393	
Customer trust (T)	T1		.502	Valid
	T2		.370	
	T3		.420	
	T4		.629	
	T5		.419	
Customer loyalty (CL)	L1		.580	Valid
	L2		.723	
	L3		.787	
	L4		.948	
	L5		.659	

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Dari output validitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel-variabel yang diukur mempunyai r-hitung melebihi nilai r-tabel. Artinya seluruh variabel memenuhi syarat serta dinyatakan valid.

Reliabilitas

Tabel 3. Output Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Definisi
Service quality	.619	Reliabel
Customer experience	.664	

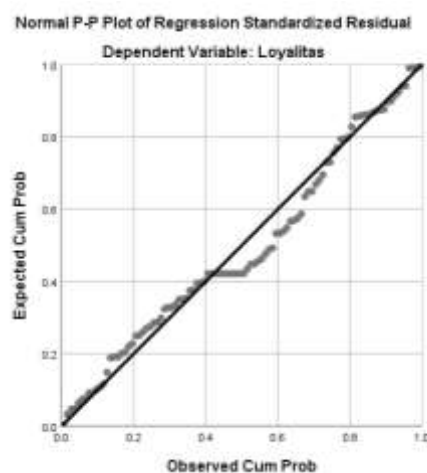
Customer satisfaction	.612
Customer trust	.625
Customer loyalty	.724

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Berdasarkan output validitas dapat dilihat bahwa nilai alpha cronbach seluruh variable bernilai > 0.60, sehingga layak disimpulkan bahwa kuesioner yang dipakai tiap-tiap item pernyataan variabel dinyatakan reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Normalitas



Gambar 2. Output Normalitas P-Plot

Berdasarkan output dengan menggunakan P Plot, maka terlihat bahwa diagonal dari busur mengikuti garis. Hal ini berarti distribusi populasi adalah normal, dan model regresi mengasumsikan normalitas.

Multikolinearitas

Tabel 4. Output Multikoleniaritas

Variabel	Tolerance	VIF
Service quality	0.509	1.966
Customer experience	0.538	1.860
Customer satisfaction	0.949	1.054
Customer trust	0.885	1.130

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel tidak bernilai tolerance < 0.10 dan nilai VIF > 10. Oleh karenanya, model regresi dinyatakan bebas gejala multikolinieritas.

Heteroskedastisitas

Tabel 5. Output Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Service quality	.915
Customer experience	.907
Customer satisfaction.	.138
Customer trust	.974

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Berdasar tabel 5, keseluruhan variabel mempunyai nilai sign. .915, .907, .138, dan .974 lebih dari 0.05 (5%). Oleh karena itu berarti terlepas dari gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. *T-test* regresi I

Variabel	t	Sig
(Constant)	8.608	.000
Service Quality	.977	.331
Customer Experience	-.438	.662

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Dari tabel 6 *service quality* memiliki nilai signifikansi 0.331 yaitu lebih besar dari 0.05, artinya *service quality* tidak memengaruhi *customer satisfaction* Terminal Jatijajar Depok yang artinya **H₁ ditolak**. Sedangkan *customer experience* juga memiliki nilai signifikansi 0.662 atau lebih besar dari 0.05 dan terdapat pengaruh negatif terhadap *customer satisfaction* Terminal Jatijajar Depok yang berarti **H₂ ditolak**.

Tabel 7. *T-test* Regresi II

Variabel	t	Sig
(Constant)	8.829	.000
Service Quality	2.811	.006
Customer Experience	-1.546	.125

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Berdasarkan hasil pada tabel 7 variabel *service quality* memiliki signifikansi 0.006 yaitu lebih kecil dari 0.05 yang berarti bahwa *service quality* mampu memengaruhi *customer trust* yang berarti **H₃ diterima**. Sedangkan nilai signifikansi *customer experience* sebesar 0.125 lebih dari 0.05 yang berarti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust* Terminal Jatijajar Depok berarti **H₄ ditolak**.

Tabel 8. *T-test* Regresi III

Variabel	t	Sig
(Constant)	1.422	0.158
Service Quality	1.295	0.199
Customer Experience	2.455	0.016
Customer Satisfaction	1.776	0.079
Customer Trust	8.561	0.394

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Berdasarkan hasil 8, variabel *service quality* mempunyai signifikansi 0.199 yaitu > 0.05. Artinya *service quality* tidak memengaruhi *customer loyalty* secara positif serta signifikan yang berarti **H₅ ditolak**. Sedangkan nilai signifikansi *customer experience* < 0.05 yaitu 0.016 yang berarti mampu memengaruhi *customer loyalty* sehingga **H₆ diterima**. Kemudian *Customer Satisfaction* memiliki signifikansi 0.079 yaitu > 0.05 yang berarti bahwa *customer satisfaction* tidak mampu memengaruhi *customer loyalty* sehingga **H₇ ditolak**. Sedangkan *customer trust* nilai signifikansi sebesar 0.394 lebih kecil dari 0.05 yang

berarti mampu memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok yang artinya **H₈ diterima**.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Output Koefisien determinasi

Keterangan	R Square
Service quality dan experience kepada customer satisfaction.	.011
Service quality dan experience kepada customer trust.	.077
Service quality, customer experience, trust, and satisfaction kepada customer loyalty.	.237

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

Dari tabel 9 tersebut nilai *R square* yang pertama yaitu 0.011, menunjukkan pengaruh sebesar 1.1 % terhadap *customer satisfaction* oleh *service quality* dan *experience* dan 98.9 % dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian. Selanjutnya *R square* kedua yaitu 0.077, menunjukkan pengaruh *service quality* dan *experience* terhadap *trust* sebesar 7.7 % dan sisanya 92.3 % dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Nilai *R square* terakhir adalah 0.237 hal ini menunjukkan pengaruh *service quality*, *customer experience*, *satisfaction*, dan *trust* terhadap *loyalty* adalah 23.7 %, dan sisanya 76.3% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Analisis Jalur

Tabel 10. Output Pengaruh Variabel Mediasi

No	Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tak langsung
1.	x1»y1	0.133	
2.	x2»y1	-0.060	
3.	x1»y2	0.369	
4.	x2»y2	-0.023	
5.	x1»z	0.163	
6.	x2»z	0.300	
7.	y1»z	0.163	
8.	y2»z	0.082	
9.	x1»y1»z		0.133 x 0.163 = 0,022
10.	x2»y1»z		-0.060 x 0.163 = -0, 010
11.	x1»y2»z		0.369 x 0.082 = 0,030
12.	x2»y2»z		-0.023 x 0.082 = -0,002

Sumber: Pengolahan data primer (2023)

1. Pengaruh langsung oleh x1 (*service quality*) kepada y1 (*customer satisfaction*) yaitu 0.133. Sedangkan pengaruh secara tidak langsung x1 (*service quality*) terhadap z (*customer loyalty*) melalui y1 (*customer satisfaction*) yaitu 0.133 x 0.163 = 0.022. Berdasarkan hasil diperoleh nilai pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Secara tidak langsung x1 (*service quality*) dimediasi y1 (*customer satisfaction*)

- tidak mampu memengaruhi z (*customer loyalty*) yang berarti **H₉ ditolak**.
2. Pengaruh langsung yang diberikan x_2 (*customer experience*) terhadap y_1 (*customer satisfaction*) sebesar -0.060. Sedangkan pengaruh tidak langsung x_2 (*customer experience*) melalui y_1 (*customer satisfaction*) terhadap z (*customer loyalty*) yaitu $-0.060 \times 0.163 = -0.010$. Berdasarkan hasil nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Secara tidak langsung x_2 (*customer experience*) dimediasi y_1 (*customer satisfaction*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap z (*customer loyalty*) yang berarti **H₁₀ diterima**.
 3. Pengaruh langsung yang diberikan x_1 (*service quality*) terhadap y_2 (*customer trust*) sebesar 0.369. Sedangkan pengaruh tidak langsung x_1 (*service quality*) melalui y_2 (*customer trust*) terhadap z (*customer loyalty*) adalah $0.369 \times 0.082 = 0.030$. Berdasarkan hasil nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung dan berarti bahwa secara tidak langsung x_1 (*service quality*) melalui y_2 (*customer trust*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap z (*customer loyalty*) yang berarti **H₁₁ ditolak**.
 4. Pengaruh langsung yang diberikan x_2 (*customer experience*) terhadap y_2 (*customer trust*) sebesar -0.023. Sedangkan pengaruh tidak langsung x_2 (*customer experience*) melalui y_2 (*customer trust*) terhadap z (*customer loyalty*) adalah $-0.023 \times 0.082 = -0.002$. Berdasarkan hasil diperoleh nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung x_2 (*customer experience*) melalui y_2 (*customer trust*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap z (*customer loyalty*) yang berarti **H₁₂ diterima**.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis pertama tidak berhasil membuktikan pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* bertolak belakang dengan penelitian Dramayu (2022) dan Slack et al. (2020). Berdasarkan jawaban responden dan hasil observasi di lapangan sebagian besar *customer* menganggap bahwa *service quality* di Terminal Jatijajar masih belum sesuai dengan harapan mereka. Meskipun keadaan terminal bersih dan rapi *customer* cenderung tidak merasa puas. Kejujuran dan kecepatan petugas dalam memberikan layanan juga tidak memengaruhi *customer satisfaction* Terminal Jatijajar Depok.

Hipotesis kedua *customer experience* juga tidak berhasil memengaruhi *customer satisfaction*. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Hamzah et al., (2021). Hal ini terjadi dimungkinkan karena *customer* menganggap bahwa desain terminal tidak memengaruhi kenyamanan mereka berada saat berada di Terminal Jatijajar Depok. *Customer* merasa bahwa interaksi dengan petugas dan layanan

tambahan yang diberikan Terminal Jatijajar tidak begitu memengaruhi kepuasan mereka. Bahkan pengalaman akan keramahan petugas juga tidak memengaruhi kepuasan *customer*.

Hipotesis ketiga berhasil dibuktikan pengaruhnya. Di mana *service quality* berpengaruh terhadap *customer trust* sejalan dengan penelitian Suratno (2016). *Customer* Terminal Jatijajar cenderung terpengaruh dengan *service quality* yang disediakan. *Customer* sangat memperdulikan kebersihan dan kerapian dari lingkungan terminal, semakin bersih dan rapi lingkungan terminal maka akan meningkatkan kepercayaan *customer*. Kecepatan layanan dan perhatian dari petugas terminal juga menjadi indikator penting untuk menumbuhkan *customer trust*. Kecepatan pelayanan di Terminal Jatijajar Depok cenderung menjadi salah satu perhatian *customer* sebagai acuan kepercayaan mereka.

Hipotesis keempat tidak terbukti karena *customer experience* tidak mampu memengaruhi *customer trust*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Wardaya (2017). Meskipun desain terminal telah dirancang dengan baik untuk kenyamanan *customer*, namun para penumpang tidak begitu menghiraukan hal tersebut. Keramahan petugas dan pelayanan tambahan juga tidak signifikan meningkatkan *customer trust*. Berdasarkan observasi di lapangan petugas telah melayani penumpang dengan sangat ramah. Kemudian interaksi antara petugas dan *customer* dan perlakuan istimewa juga tidak mampu meningkatkan *customer trust* Terminal Jatijajar Depok. Hal ini dimungkinkan karena petugas memerlakukan penumpang dengan istimewa hanya pada beberapa *customer* yang diprioritaskan.

Hipotesis kelima tidak berhasil membuktikan pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*. Hal ini tidak sejalan dengan Nabila et al. (2022) dan Dramayu (2022). Berdasarkan observasi di lapangan lingkungan Terminal Jatijajar Depok sudah cukup bersih dan rapi, akan tetapi kebersihan dan kerapian lingkungan Terminal Jatijajar Depok masih belum mampu meningkatkan *customer loyalty*. Kemudian kejujuran dan kecepatan petugas dalam melayani penumpang juga tidak memengaruhi loyalitas mereka. Selanjutnya perhatian petugas yang diberikan kepada *customer* juga tidak meningkatkan *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok.

Hipotesis keenam terbukti di mana *customer experience* berhasil memberikan pengaruhnya terhadap *customer loyalty*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hamzah et al., (2021). Hal ini terjadi dimungkinkan karena desain terminal yang indah menjadi salah satu *experience* tersendiri bagi para *customer* Terminal Jatijajar Depok. Interaksi dengan petugas dan layanan tambahan dari Terminal Jatijajar yang telah penumpang rasakan juga mampu meningkatkan *customer loyalty*. *Customer* akan semakin loyal seiring dengan pelayanan-pelayanan baik yang telah mereka rasakan.

Hipotesis ketujuh tidak terbukti di mana *customer satisfaction* tidak memengaruhi *customer loyalty*. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Hamzah et al., (2021), Andayani et al., (2021) dan Kospandani & Wahyudi (2021). Temperatur dan kelembapan udara yang ada di terminal telah disesuaikan dengan kenyamanan penumpang. Meskipun *customer* dapat beradaptasi dengan temperatur dan kelembapan Terminal Jatijajar Depok namun kurang sesuai dengan harapan mereka. Kemudian *customer* Terminal Jatijajar Depok menganggap bahwa manfaat pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Meskipun pelayanan di Terminal Jatijajar Depok telah baik dan prosedural *customer* cenderung kurang puas dengan pelayanan yang ada. Meskipun sebagian besar penumpang merasa puas, namun tidak mampu meningkatkan loyalitas mereka.

Hipotesis kedelapan terbukti di mana *customer trust* berhasil memberikan pengaruh terhadap *customer loyalty*. Hasil ini selaras dengan penelitian Kospandani & Wahyudi (2021) dan Kootenaie & Kootenaie (2021). Hal ini terjadi dimungkinkan karena *customer* menganggap keakuratan informasi yang diberikan, pelayanan *online ticketing*, standar pelayanan yang jelas, dan teknologi yang ada di Terminal Jatijajar mampu membuat *customer* menjadi loyal. *Customer* merasa informasi yang tersedia di Terminal Jatijajar Depok telah mampu membuat mereka mengerti tanpa harus bertanya kembali. Pelayanan *online ticketing* yang baik juga mampu meningkatkan loyalitas penumpang. Standar pelayanan yang diterapkan oleh Terminal Jatijajar Depok dinilai sudah cukup baik oleh *customer*.

Hipotesis kesembilan tidak terbukti di mana *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Hasil ini bertentangan dengan Lubis et al., (2021). Semakin tinggi *service quality* maka tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* Terminal Jatijajar. Untuk meningkatkan loyalitas, *customer* tidak terpengaruh oleh *customer satisfaction* dan *service quality* untuk saat ini. Meskipun *service quality* Terminal Jatijajar Depok telah sangat baik sampai dengan perasaan puas, namun belum mampu meningkatkan *customer loyalty*.

Hipotesis kesepuluh terbukti di mana *customer experience* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok dengan *customer satisfaction* sebagai pemediasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hamzah et al. (2021). Sehingga semakin tinggi *customer experience* maka akan semakin signifikan pengaruhnya terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* Terminal Jatijajar. Untuk meningkatkan loyalitas perlu adanya kepercayaan pelanggan terhadap Terminal Jatijajar dan *customer experience*.

Hipotesis kesebelas tidak terbukti di mana

service quality tidak mampu memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok dengan *customer trust* sebagai pemediasi. Jadi semakin tinggi *service quality* maka tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer trust* Terminal Jatijajar Depok. Untuk meningkatkan loyalitas, *customer* tidak terpengaruh oleh *customer trust* dan *service quality* Terminal Jatijajar Depok untuk saat ini.

Hipotesis kedua belas terbukti di mana *customer experience* memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok dengan *customer trust* sebagai pemediasi. Sehingga semakin banyak *customer experience* maka akan semakin meningkatkan *customer loyalty* melalui *customer trust* Terminal Jatijajar. Untuk meningkatkan loyalitas perlu adanya *customer trust* dan *experience* Terminal Jatijajar Depok. Semakin tinggi *customer trust* dan *experience*, maka penumpang Terminal Jatijajar Depok akan semakin loyal.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: *Service quality* tidak memengaruhi *customer satisfaction* Terminal Jatijajar Depok, *Customer experience* tidak memengaruhi *customer satisfaction* Terminal Jatijajar Depok, *Service quality* memengaruhi *customer trust* Terminal Jatijajar Depok, *Customer experience* tidak memengaruhi *customer trust* Terminal Jatijajar Depok, *Service quality* tidak memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Customer experience* memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Customer satisfaction* tidak memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Customer trust* memengaruhi *customer loyalty*, *Service quality* melalui *satisfaction* tidak memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Customer experience* melalui *satisfaction* mampu memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Service quality* melalui *trust* tidak memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok, *Customer experience* melalui *trust* mampu memengaruhi *customer loyalty* Terminal Jatijajar Depok.

Saran yang direkomendasikan kepada Satuan Pelayanan (Satpel) Terminal Jatijajar Depok. Pada penelitian ini pada tahun 2023 *service quality* tidak memengaruhi *customer satisfaction* dan *loyalty* Terminal Jatijajar Depok, diharapkan agar Satpel Terminal Jatijajar Depok dapat meningkatkan *service quality* agar terciptanya *customer satisfaction* dan *loyalty*. Perlu adanya andil semua bagian untuk menciptakan *service quality* yang diidam-idamkan masyarakat (*customer*). Sedangkan untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat merefleksi kembali variabel *service quality* dan *customer experience* Terminal Jatijajar Depok. Peneliti juga dapat memperbanyak sampel penelitian agar dapat

menguraikan lebih dalam masing-masing pengaruh antar variabel penelitian.

Referensi

- Andayani, S. A., Umyati, S., Dani, U., & Turnip, A. (2021). Service Quality and Interest Impact on Satisfaction and Loyalty of Agro Tourism Visitors. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 748(1), 012041.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dramayu, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Tiket Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimesiasi Kepuasan Pelanggan Transportasi Darat Perum Damri Segmen AKDP. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 87–95.
- Hamzah, M. L., Purwati, A. A., Jamal, A., Sutoyo, & Rizki, M. (2021a). An Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty of Online Transportation System in Pekanbaru, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1), 1–8. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012029>
- Hamzah, M. L., Purwati, A. A., Jamal, A., Sutoyo, & Rizki, M. (2021b). An analysis of customer satisfaction and loyalty of online transportation system in Pekanbaru, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012029>
- Haryandika, D. M., & Santra, I. K. (2021). The Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.2.139>
- Kootenaie, M. F., & Kootenaie, S. M. (2021). The relationship between site quality and customer trust and loyalty in Raja Travel Company. *Journal of Social, Management and Tourism Letter*, 2021, 1–13.
- Kospandani, R., & Wahyudi, L. (2021). Public Transportation Trust and Satisfaction During The Covid-19 Pandemic: Study On Electric Train Services In KAI Commuter Region 6 Yogyakarta. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(05), 202–219. www.ijebmr.com
- Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzee, B. K. (2021). The effect of corporate communication and service quality on customer loyalty and satisfaction in sharia banking. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1267–1274.
- Nabila, P. A., Indriyansyah, W. A., & Dwita, F. (2022). Influence Of Facility and Quality Of Service On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Jurnal Nusantara Madani*, 1(1), 39–48.
- Novianti, R. (2012). Teknik Observasi bagi pendidikan anak usia dini. *EDUCHILD*.
- Putu Ethika Febriyanti, N., Gusti Agung Bagus Mataram, I., Nyoman Sri Astuti, N., & Nyoman Winia, I. (2022). *Analysis of Online Travel Agent Reservation to Increase Room Occupancy at Nandini Jungle Resort & Spa*. <https://ejournal.catuspata.com/index.php/injogt>
- Sesmiarni, Z., Zakir, S., Penggunaan Media ICT Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran TIK Di SMP Negeri, P., Selatan, P., Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran TIK Di SMP Negeri, M., Selatan Aminatuzzuhriah, P., & Teknik Informatika Dan Komputer Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, P. (2022). Pengaruh Penggunaan Media ICT Terhadap. *Journal of Basic Education Studies*, 5(2).
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297–318. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Sumampouw, G. R. O., Lefrandt, L. I. R., & Rompis, S. Y. R. (2022). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Di Kabupaten Minahasa Utara. *TEKNO*, 20(81).
- Suratno, S. (2016). Pengaruh service quality terhadap customer value, trust dan loyalitas pengguna jasa PT. Jasa Raharja (Persero) Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Wardaya, E. (2017). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Dan Customer Trust Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Di Surabaya. *Petra Business and Management Review*, 3(1).
- Windisukma, D. K., & Widiyanto, I. (2015). Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-Halal Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 512–523.