

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PENUMPANG KERETA API BANDAR UDARA
INTERNASIONAL YOGYAKARTA**

Elnia Frisnawati¹, Putri Rahmitha Ayu²

Email: elnie.frisnawati@sttkd.ac.id, 21091308@students.sttkd.ac.id

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas penumpang pada Kereta Bandar Udara Internasional Yogyakarta. Dalam industri penerbangan yang menuntut keamanan dan kenyamanan, kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas penumpang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei kepada 91 responden yang merupakan penumpang Kereta Bandar Udara Internasional Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien 52,408. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien 5,311. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang, dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien 1536,146. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,972 menunjukkan bahwa 97,2% variabilitas loyalitas penumpang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan loyalitas penumpang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Penumpang.

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and price on passenger loyalty at Yogyakarta International Airport Train. In the aviation industry, which demands passenger safety and comfort, service quality and price are important factors that influence passenger loyalty. This study uses a quantitative method with a survey conducted on 91 respondents who are passengers of the Yogyakarta International Airport Train. The data analysis techniques used include normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, hypothesis testing, and coefficient of determination (R^2). The results show that service quality has a significant effect on passenger loyalty with a significance value of 0.000 and a coefficient of 52.408. Price also has a significant effect on passenger loyalty with a significance value of 0.000 and a coefficient of 5.311. Simultaneously, service quality and price significantly affect passenger loyalty with a significance value of 0.000 and a coefficient of 1536.146. The coefficient of determination (R^2) of 0.972 indicates that 97.2% of the variability in passenger loyalty can be explained by these two factors. These findings emphasize the importance of service quality and price in enhancing passenger loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Passenger Loyalty.

PENDAHULUAN

Transportasi publik telah menjadi salah satu pilar penting dalam sistem mobilitas masyarakat global, terutama di era globalisasi yang disertai dengan meningkatnya urbanisasi. Di Indonesia, kebutuhan akan moda transportasi yang cepat, efisien, dan ramah lingkungan semakin mendesak, mengingat kemacetan yang terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta dan Yogyakarta. Salah satu solusi yang muncul adalah transportasi publik yang modern, seperti kereta api bandara, yang menawarkan alternatif lebih efisien dibandingkan kendaraan pribadi atau transportasi konvensional lainnya. Yogyakarta, sebagai salah satu destinasi wisata utama di Indonesia, membutuhkan sistem transportasi yang tidak hanya mengurangi kemacetan tetapi juga mendukung aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan dan penduduk lokal (Rohmah et al., 2024)

Kereta Api bandara sebagai salah satu bentuk perkembangan moda transportasi di Indonesia yang di rancang untuk menghubungkan bandara dengan pusat kota. Kereta api bandara menjadi pilihan transportasi yang populer karena menawarkan layanan perjalanan yang cepat dan dilengkapi dengan fasilitas modern untuk memberikan kenyamanan bagi penumpang. Selain itu kereta api bandara juga membantu untuk mengurangi kemacetan yang terjadi di jalan raya, serta memberikan alternatif yang lebih ramah lingkungan di bandingkan dengan penggunaan kendaraan pribadi atau transportasi lain seperti taksi.

Salah satunya adalah Kereta Api Bandar Udara Internasional Yogyakarta yang berada di kota Yogyakarta. kereta ini memberikan akses langsung dari Stasiun Tugu Yogyakarta ke Bandara YIA, yang terletak di Kulon Progo.

Kereta api bandara YIA merupakan solusi transportasi yang efektif dan efisien bagi penduduk lokal maupun wisatawan yang ingin menuju Bandara Yogyakarta International Airport (puspayoga, 2023).

Data jumlah penumpang Kereta Api Bandara Internasional Yogyakarta dari tahun 2021 hingga 2024, dapat dilihat bahwa pada tahun 2021, jumlah penumpang tercatat sebanyak 2.819.150, kemudian meningkat drastis menjadi 5.770.920 di tahun 2022. Kenaikan ini terus berlanjut hingga mencapai 7.783.458 pada tahun 2023, sebelum sedikit mengalami penurunan pada tahun 2024 dengan angka 7.664.710. Tren penurunan ini bisa menjadi indikator berkurangnya loyalitas penumpang, yang menjadi hal penting untuk diteliti lebih lanjut. Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan harga tiket berperan besar dalam membentuk loyalitas penumpang. Penurunan loyalitas bisa disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan atau harga yang dianggap tidak sesuai dengan nilai yang diterima oleh penumpang.

Faktor-faktor utama dalam kualitas pelayanan, seperti ketepatan waktu, kenyamanan gerbong, kebersihan, kemudahan akses tiket, serta keramahan staf, menjadi elemen penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Semakin tinggi kepuasan terhadap kualitas pelayanan, semakin besar kemungkinan penumpang untuk terus menggunakan layanan ini di masa mendatang, yang berimplikasi pada loyalitas penumpang (Ayuningtias et al., 2023). Untuk menjaga loyalitas penumpang dan mempertahankan tren positif, operator kereta api bandara perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan evaluasi berkala terhadap kebutuhan penumpang, serta

menawarkan inovasi yang dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan (Ayuni & Dinalestari, 2019)

Selain ditinjau dari kualitas pelayanan suatu jasa, faktor harga dari jasa layanan juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa (Ayuni & Dinalestari, 2019). Harga tiket yang terjangkau, terutama untuk layanan reguler, menjadi daya tarik utama bagi penumpang yang mengutamakan efisiensi biaya. Sementara itu, layanan Xspress menawarkan waktu tempuh lebih singkat dengan harga yang lebih tinggi, yang dapat menarik penumpang dengan preferensi kecepatan dan kenyamanan.

Harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh penumpang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Ketika penumpang merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding atau bahkan lebih rendah dibandingkan manfaat yang diterima, seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan aksesibilitas, mereka cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut (Ardiansyah et al., 2024) Sebaliknya, jika harga dirasa terlalu mahal tanpa justifikasi kualitas pelayanan yang memadai, loyalitas pelanggan bisa menurun, dan mereka mungkin beralih ke moda transportasi lain. Oleh karena itu, kombinasi antara harga yang terjangkau, layanan berkualitas, dan nilai tambah seperti kenyamanan dan efisiensi waktu menjadi kunci utama dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan Kereta Api Bandara Internasional Yogyakarta.

METODE

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Penumpang, yang diukur melalui sejumlah butir pertanyaan dalam kuesioner. Untuk variabel Kualitas Pelayanan, indikator yang digunakan meliputi Bukti Fisik (Tangibles), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy).

Populasi pada penelitian ini menjadi dasar penentuan jumlah sampel penelitian. Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan Kereta Api Bandara dari Stasiun Tugu menuju atau keluar dari Bandara Internasional Yogyakarta sekitar 1000 orang (dalam kurun waktu 1 bulan). penumpang yang menggunakan Kereta api bandara untuk menuju atau keluar Bandar Udara Internasional Yogyakarta.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling. Dengan Kriteria responden ditentukan peneliti yaitu penumpang dengan rentang usia antara 18 sampai 55 tahun yang menggunakan jasa/layanan transportasi kereta api bandara menuju atau keluar Bandar Udara Internasional Yogyakarta.

Menurut Darwin et al., (2020) Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel yang diketahui jumlah populasinya dapat menggunakan rumus Slovin:

$$S = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

S = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

d^2 = Signifikansi yang diharapkan 10%

Rumus slovin yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel berdasarkan jumlah populasi dan atau menduga proporsi populasi. Margin of error sebesar 10% dipilih untuk penelitian

ini karena mempertimbangkan beberapa faktor, seperti keterbatasan waktu, biaya, dan sumber daya yang tersedia. Dalam penelitian kuantitatif, margin of error digunakan untuk menentukan seberapa besar ketepatan estimasi yang diinginkan dari sampel terhadap populasi. Berdasarkan jumlah rata-rata populasi penumpang yang menggunakan Kereta Bandara dari stasiun tugu menuju atau keluar dari Bandara Internasional Yogyakarta sekitar 1000 orang banyaknya sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin adalah:

$$S = \frac{N}{\sqrt{N \cdot d^2 + 1}}$$

$$= \frac{1000}{\sqrt{1000 \cdot 0,1^2 + 1}}$$

$$= \frac{1000}{1 + 10} = 90,91$$

Dengan demikian sampel minimum yang diperlukan sebanyak 90,91 orang, dibulatkan menjadi 91 responden sebagai sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

menguji lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simutlan dua variabel bebas (variabel independen X) atau lebih yang terdiri dari X1 kualitas pelayanan dan X2 harga dengan variabel terikat (variabel dependen Y), yaitu loyalitas penumpang. Dalam penelitian ini, perhitungan statistik regresi linier Hasil Uji berganda dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer spss windows versi 26 Adapun hasil pengolahan data dengan bantuan aplikasi tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-16.878	2.211		-7.633	.000
	Kualitas Pelayanan	.855	.016	.959	52.408	.000
	Harga	.232	.044	.097	5.311	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Penumpang

Sumber : Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas hasil regresi linier berganda diatas dapat diketahui koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,855. Variabel Harga (X2) sebesar 0,232. Dengan kostanta sebesar -16,878. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -16.878 + 0,855 X_1 + 0,232 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas, dapat diketahui bahwa:

Nilai konstantas atau intercept dalam persamaan regresi ini adalah sebesar 16.878. Artinya, jika variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) bernilai 0, maka loyalitas penumpang (Y) terhadap Kereta Bandara Internasional

Yogyakarta adalah sebesar -16.878. Meskipun nilai konstanta ini negatif, hal ini bisa menunjukkan bahwa pada tingkat awal, tanpa pengaruh dari kedua variabel bebas, loyalitas penumpang memiliki nilai dasar tertentu yang perlu dipertimbangkan dalam konteks penelitian lebih lanjut.

Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0.855.

Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan, maka loyalitas penumpang terhadap Kereta Bandar Udara Internasional Yogyakarta akan meningkat sebesar 0.855. Koefisien positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan,

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X1) terhadap Loyalitas penumpang (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap minat Loyalitas Penumpang (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetya, (2024) dimana ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y). dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Natalie Valencia dan A.G Sudibyo (2021) juga ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y).

semakin tinggi pula loyalitas penumpang terhadap layanan kereta api ini.

Koefisien regresi untuk variabel harga adalah sebesar 0.232 Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga, loyalitas penumpang terhadap Kereta Bandar Udara Internasional Yogyakarta akan meningkat sebesar 0.232. Koefisien harga yang positif ini mengindikasikan bahwa meskipun harga yang lebih tinggi mungkin menjadi pertimbangan bagi penumpang, semakin tinggi harga, semakin tinggi pula loyalitas penumpang terhadap layanan kereta ini, yang dapat mencerminkan kualitas layanan yang dianggap sebanding dengan harga yang dibayar.

Menurut Tjiptono, (2016) kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi penumpang. kualitas layanan sebagai daya upaya dari setiap pelaku jasa menyampaikan pelayanan prima dan berkualitas kepada para konsumen (Mutiara Selinda, 2020). Keahlian perusahaan diperlukan untuk memberi layanan transportasi tepat waktu (Triono et al., 2023), kualitas pelayanan merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggannya (Wiyatno et al., 2025). Tujuan Kualitas memiliki hubungan dengan kemajuan dalam berbagai bidang. Salah satunya kemajuan dalam teknologi dan inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Misalnya dalam industri kereta api, teknologi baru dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi, keselamatan, dan kenyamanan perjalanan. Dengan adanya penerapan inovasi ini, kualitas layanan kereta api dapat ditingkatkan

untuk, memberikan pengalaman yang lebih baik bagi para penumpang.

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan penumpang. Kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai suatu tindakan untuk memberikan segala sesuatu kebutuhan atau keperluan penumpang dengan memberikan suatu pelayanan yang baik untuk bisa menciptakan suatu loyalitas penumpang terhadap perusahaan tersebut. Hal ini juga dijelaskan oleh Kasmir (2017) dimana pelayanan adalah tindakan atau perbuatan untuk memberikan kepuasan kepada penumpang, yang tentunya berpengaruh pada loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan penumpang akan turut meningkat. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Aprilia et al., 2025)

Pengaruh harga terhadap loyalitas penumpang

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) terhadap Loyalitas Penumpang (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 Lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti bahwa Harga (X2) berpengaruh terhadap minat Loyalitas Penumpang (Y)

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Teguh Priyo Sudarmo, dan Tri Sudarwanto (2021) Dimana ditemukan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Prasetya, (2024) juga ditemukan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas penumpang. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ricardianto et al., (2023) Dimana ditemukan harga berpengaruh terhadap loyalitas penumpang

Menurut Kotler, (2018) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Penetapan harga memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum, yang dicapai dengan berpatokan pada jumlah pendapatan dan modal yang sudah dikeluarkan (Assauri, 2014). Sebelum melakukan pembelian, harga dijadikan faktor penentu pokok yang diperhitungkan konsumen (Tarigan & Astri Nanda Putri, 2025). Harga sangat berpengaruh dalam menentukan loyalitas penumpang dalam menggunakan jasa kereta api bandara ini, karena besarnya biaya yang dikeluarkan oleh penumpang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan dan kenyamanan yang dirasakan (Prantika, 2024).

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas penumpang

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Loyalitas Penumpang (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga. (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Penumpang (Y).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi loyalitas penumpang pada penumpang kereta api bandara Internasional Yogyakarta sebesar 97,2% ini menunjukkan bahwa hampir seluruh loyalitas penumpang dipengaruhi oleh dua faktor utama

tersebut, dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang wajar serta kompetitif menjadi dua elemen yang sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan penumpang. Sebagai contoh, kualitas pelayanan yang baik, seperti kecepatan, kenyamanan, dan sikap profesional petugas, sangat berpengaruh dalam menciptakan pengalaman positif bagi penumpang, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat loyalitas mereka terhadap layanan tersebut.

Sejalan dengan Indikator utama loyalitas pelanggan meliputi pembelian berulang, referensi kepada orang lain, serta ketahanan terhadap tarikan dari pesaing (Griffin, 2019). Sementara itu, harga juga berperan signifikan dalam loyalitas penumpang, dimana harga yang bersaing dan sesuai dengan kualitas yang diberikan dapat memotivasi penumpang untuk memilih kembali layanan tersebut di masa depan. Oleh karena itu, kombinasi antara kualitas pelayanan yang optimal dan harga yang terjangkau menjadi faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan loyalitas penumpang. Namun, hasil juga menunjukkan bahwa ada sisa 2,8% loyalitas penumpang yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rossanti, (2020) dimana ditemukan bahwa Harga (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y) hal ini di buktikan dengan nilai t hitung yaitu 2,094 dengan demikian t hitung > t tabel yang nilainya 1,66088. dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ardiansyah et al., (2024) juga

ditemukan bahwa Harga (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y) hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $3,059 > t$ tabel 1,984.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Chao Shen & Yazkhituni Yahya (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan penumpang, yang pada gilirannya berujung pada loyalitas penumpang.

Loyalitas merupakan kesetiaan seseorang pada suatu produk atau layanan yang membuat penumpang ingin terus menggunakan produk atau layanan tertentu karena kepuasan yang mereka rasakan, dan mendapatkan pengalaman positif pada saat menggunakan produk atau layanan tertentu. loyalitas dapat ditunjukkan melalui pembelian berulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta tetap memilih merek atau layanan yang sama meskipun terdapat banyak pilihan lain. pelanggan loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

Kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan harga yang wajar akan memperkuat loyalitas penumpang, karena kedua faktor ini saling mendukung untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan meningkatkan kepercayaan penumpang terhadap layanan yang diberika

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$, yang berarti hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi loyalitas penumpang terhadap Kereta Bandar Udara Internasional Yogyakarta.
2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Penumpang Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$, yang berarti hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Artinya, semakin tinggi harga yang ditetapkan, semakin tinggi pula loyalitas penumpang terhadap layanan kereta api ini.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Penumpang Hasil pengujian regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi 97,2% yang artinya variabel kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas penumpang sebesar 92,2% dan sisanya 2,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif-Dan Kualitatif*. CV. Noah Aletheia (Vol. 1).
- Aprilia, S., Siregar, S., & Hawignyo. (2025). Pengaruh Pembelian Tiket Kereta Api Online Melalui Aplikasi Kai Access Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kabupaten Bekasi, 7(3), 1381–1385.
- Ardiansyah, Alam, R., & Arifin, Z. (2024). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 619–632.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Ayuni, S., & Dinalestari. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Penumpang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kaligung Relasi Semarang-Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 1–10.
- Ayuningtias, M. D., Putri, R. R., & Sahara, S. (2023). The Influence of the Level of Service Quality By Officers in Transjakarta Bus Public Transportation. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*, 2(2), 188–197.
- Chao Shen, & Yazkhituni Yahya. (2021). The impact of service quality and price on passengers' loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia perspective. *Journal of Air Transport Management*, 91.
- Darwin, M., Mamundol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., & Sylvia, D. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Griffin. (2019). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2017). *Customer Service*

- Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Principles of Marketing Edisi ke-15*. Jakarta: Erlangga.
- Mutiara Selinda, E. (2020). Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Probowangi Pada Pt. Kai (Persero) Daop 9 Jember. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn) Pengaruh Kualitas Layanan*, 08(01).
- Prantika, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Progo Kelas Ekonomi Di Stasiun Lempuyangan Kota Yogyakarta. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Prasetya, A. W. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kereta Api Bandara Yogyakarta International Airport Pada Stasiun Kebumen. *Jurnal Teknik Sipil Unika Soegijapranata Semarang*, 8, No 2, 127–134.
- Puspayoga, G. A. (2023). Analisis Kinerja Kereta Api Bandara (Studi Kasus: Bandara Internasional Yogyakarta), 8, 127–134. Diambil dari <http://repository.unika.ac.id/32697/>
- Ricardianto, P., Yanto, T. A., Wardhono, D. T., Fachrial, P., Sari, M., Suryobuwono, A. A., ... Endri, E. (2023). The impact of service quality, ticket price policy and passenger trust on airport train passenger loyalty. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 307–318. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.9.012>
- Rohmah, W., Ramadhani, M., & Winarno, B. (2024). Pentingnya Intergrasi Transportasi Publik di Kota Surakarta Sebagai Kota Urbanisasi di Jawa Tengah, 3(1), 45–54.
- Rossanti, E. D. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. KAI Commuter Jabodetabek (KCJ) (Studi Kasus pada Penumpang KRL Jakarta Kota-Bogor). *Journal of Economics and Business UBS*, 9(2), 113–122. <https://doi.org/10.52644/joeb.v9i2.3>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tarigan, S. B., & Astri Nanda Putri. (2025). Peranan Media Sosial dan Keluarga dalam Pengembangan Karakter Sopan Anak di Usia Sekolah Dasar Mis Nurul Falah Sibolga, 2, 2–6.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction Edisi ke-4*. Yogyakarta: Andi.
- Triono, A., Hidayat, M., Setyawati, A., Handayani, S., & Tatiana, Y. (2023). Loyalitas dan Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 9(3), 223. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v9i3.986>
- Wiyatno, J. M., Wahyono, S. A., & Basory, H. A. (2025). The Influence Of Service Quality, Product, And Price On Customer Satisfaction Of Gajayana Train Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Gajayana, 6(2), 434–446.