

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, INOVASI DAN
LOYALITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KERETA API INDONESIA DRIVE II SUMATRA BARAT**



OLEH :

NURFA AUDEA RAHMI

2021/21059204

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

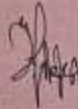
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi terhadap Loyalitas
Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan PT
Kereta Api Indonesia Drive II Sumatera Barat
Nama : Nurfa Audea Rahmi
NIM : 21059204
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 7 Agustus 2025

Disetujui oleh:

Pembimbing



Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M.
NIP. 199005192022032011

Diketahui oleh :
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, SE, M.Si
NIP. 197209021998021001

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama	: Nurfa audea rahmi
Nim/TM	: 21059204/2021
Departemen	: Manajemen (S1)
Keahlian	: Pemasaran
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Alamat	: Jalan Bandes Kp. Baru Balai Baru
Email	: Nurfadea0@gmail.com
Judul Skripsi	: Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Drive II Sumatra Barat.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji, dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Agustus 2025
Penulis,



Nurfa Audea Rahmi
NIM. 21059204

ABSTRAK

Nurfa Audea Rahmi (2021/21059204) : **Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Drive II Sumatra Barat**
Dosen Pembimbing : **Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M.**

Dalam menghadapi banyak nya perusahaan serupa hal ini menjadi tantangan bagi transportasi kereta api dalam memberi peningkatan terhadap bagaimana kualitas layanan dan berinovasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada kereta api Drive II Sumatera Barat. Penelitian ini dianalisis menggunakan menggunakan (PLS-SEM) dengan pendekatan kuantitatif melalui survei. Sampel dalam penelitian terdiri dari 180 responden yang merupakan pengguna aktif layanan kereta api di wilayah tersebut. Hasil studi mengungkapkan bahwa mutu layanan dan inovasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang signifikan antara mutu layanan dan inovasi dengan loyalitas pelanggan. Namun, dampak langsung dari inovasi terhadap loyalitas pelanggan tidak menunjukkan signifikansi. Temuan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan inovasi yang memadai dapat memperkuat kepuasan yang berujung pada loyalitas. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi manajemen PT KAI untuk lebih fokus pada integrasi layanan digital dan kenyamanan fisik dalam pengalaman pelanggan. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkaya literatur tentang manajemen pemasaran di sektor transportasi.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Inovasi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRAK

Nurfa Audea Rahmi (2021/21059204) : **Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Drive II Sumatra Barat**
Dosen Pembimbing : **Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M.**

Dalam menghadapi banyak nya perusahaan serupa hal ini menjadi tantangan bagi transportasi kereta api dalam memberi peningkatan terhadap bagaimana kualitas layanan dan berinovasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada kereta api Drive II Sumatera Barat. Penelitian ini dianalisis menggunakan menggunakan (PLS-SEM) dengan pendekatan kuantitatif melalui survei. Sampel dalam penelitian terdiri dari 180 responden yang merupakan pengguna aktif layanan kereta api di wilayah tersebut. Hasil studi mengungkapkan bahwa mutu layanan dan inovasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang signifikan antara mutu layanan dan inovasi dengan loyalitas pelanggan. Namun, dampak langsung dari inovasi terhadap loyalitas pelanggan tidak menunjukkan signifikansi. Temuan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan inovasi yang memadai dapat memperkuat kepuasan yang berujung pada loyalitas. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi manajemen PT KAI untuk lebih fokus pada integrasi layanan digital dan kenyamanan fisik dalam pengalaman pelanggan. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkaya literatur tentang manajemen pemasaran di sektor transportasi.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Inovasi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

KATA PENGATAR

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, juga dan karunia-Nya, dengan segala limpahan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, dan hasil yang baik. Penulis memberi judul pada penelitian ini yaitu “Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Drive II Sumatra Barat” Dengan penuh rasa syukur, penulis juga sangat ingin menyampaikan sedalam dalam nya kepada junjungan Nabi Muhammad SAW shalawat serta salam telah menjadi sosok teladan yang senantiasa menjadi inspirasi dan panutan dalam menjalani kehidupan untuk meraih ridha Allah SWT. Dalam penulisan skripsi dalam laporan ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan yang telah diberikan oleh semua orang yang telah bersangkutan. Maka dari itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sangat mendalam kepada:

1. Ibu Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku dosen penguji, atas waktu, perhatian, serta saran dan masukan yang sangat membantu dalam penyempurnaan penelitian ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, atas segala fasilitas, dukungan dan kebijakan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
4. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak Dr. Syahrizal, S.E., M.Si, selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, penulis

menyampaikan terima kasih atas arahan, bimbingan, serta perhatian yang diberikan kepada seluruh mahasiswa, termasuk penulis, selama masa studi.

5. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Supan Weri Mandar, A.Md, selaku ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, atas bantuan dan pelayanan administrasi yang selalu ramah dan cepat tangap selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Setiap pelajaran dan nasihat yang diberikan menjadi fondasi penting dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.
7. Teristimewa penulis ucapkan permintaan terma kasih yang sedalam dalam nya kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Desniwati dan Ayah Joni Indra, atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih kepada Ibu, pelita dalam gelap dan peneduh dalam lelah, yang selalu menyertai langkah penulis dengan kasih dan kesabaran yang tiada batas. Semua keberhasilan ini adalah hadiah dari doa dan perjuangan Ibu dan Ayah yang tak ternilai. Semoga hasil kecil ini dapat menjadi kebanggaan serta kebahagiaan di masa mendatang.
8. Terima kasih penulis sampaikan kepada Nurfazila, yaitu kakak tersayang, yang selalu menjadi panutan dan sumber semangat. Dengan banyak nya dukungan dan motivasi yang diberikan menjadi dorongan besar bagi penulis untuk terus berjuang menyelesaikan karya ini.

9. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada adik-adik tercinta, Tio Indra Saputra, dan M. farham, yang selalu menghadirkan tawa, semangat, serta kasih sayang yang tulus dalam setiap hari penulis. Kehadiran mereka menjadi pengingat bahwa keluarga adalah kekuatan terbesar dalam setiap perjuangan yang tidak ada bandingnya.
10. Ucapan terima kasih yang istimewa penulis sampaikan kepada Zikrillah, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas perhatian, dorongan semangat, dan inspirasi yang senantiasa diberikan. Kehadiranmu telah memberi warna dan kekuatan dalam setiap langkah penulis.
11. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat dan teman seangkatan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang selalu memberikan dukungan, bantuan, serta semangat tanpa henti. Kehadiran kalian membuat perjalanan akademik ini menjadi lebih bermakna dan penuh kenangan indah.

Semoga segala bantuan, dukungan, serta doa yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan membawa keberkahan di masa yang akan datang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin meminta maaf atas kekurangan yang terdapat di dalamnya serta sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan terhadap karya ini di masa mendatang. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi wawasan tambahan bagi para pembaca.

Padang, Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
<u>DAFTAR TABEL</u>	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I.....	15
PENDAHULUAN.....	15
A. Latar Belakang Masalah	15
B. Identifikasi Masalah.....	27
C. Pembatasan Masalah	28
C. Perumusan Masalah.....	28
D. Tujuan Penelitian	29
E. Manfaat Penelitian	29
BAB II	31
LANDASAN TEORI.....	31
A. Kajian Teori	31
B. Hubungan Antar Variabel	39
C. Penelitian Relevan	44
D. Kerangka Konseptual	49
E. Hipotesis Penelitian	50
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Jenis Penelitian	52
B. Waktu dan Tempat Penelitian	52
C. Populasi dan sampel penelitian.....	52
D. Data Penelitian	54

E. Metode Pengumpulan Data	54
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	55
G. Teknik Analisis Data	58
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penumpang Kereta Api Di Drive II Sumatera Barat.....	2
Tabel 1.2 Pra-Survei Kualitas Pelayanan.....	6
Tabel 1.3 Pra-Survei Inovasi.....	10
Tabel 1.4 Pra-Survei Kepuasan Pelanggan.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	44
Tabel 3.2 Daftar Skor Jawaban Setiap Pertanyaan.....	46
Tabel 3.3 Kriteria R-Square.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Review Dan Ulasan Pelanggan Aplikasi KAI <i>Acces</i>	9
Gambar 2.1 kerangka konseptual.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyaknya perusahaan serupa kini menjadi tantangan besar dalam industri transportasi sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat. seiring dengan kemunculan berbagai perusahaan yang menawarkan layanan transportasi. Kondisi ini menuntut para pembisnis yang bergerak di bidang transportasi harus dapat beradaptasi dan berinovasi guna mempertahankan pelanggan di saat banyak nya para kompetitor yang bermunculan. Transportasi merupakan elemen penting dalam kehidupan masyarakat, yang dapat menunjang aktivitas sehari-hari, transportasi dapat melakukan kita berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dan hal ini sangat diutuhkan terutama bagi masyarakat yang sering berpergian, Biomantara & Herdiansyah, dalam Murlok (2019). Selain itu Transportasi berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui konektivitas antar daerah dapat terhubung, yang memperkuat interaksi ekonomi (Wahyuni & Rachmawati, 2019).

Badan Usaha Milik Negara atau (BUMN) menyebutkan bahwa kereta api telah berhasil menjadi perusahaan besar yang bergerak di bidang jasa transportasi kereta api indonesia dengan waktu yang sangat lama dan dapat bertahan sampai sekarang. Industri transportasi perkeretaapian ini dimulai semenjak tahun 1864, untuk nama KAI sendiri baru didirikan tanggal 1 Juni 1999 (Hannan, 2023). Dalam operasionalnya, PT KAI memiliki berbagai wilayah kerja, salah satunya Divisi Regional (Divre) II Sumatera Barat. Wilayah ini bertanggung jawab atas pengelolaan transportasi kereta api di

Sumatera Barat, di mana jumlah penumpang setiap tahun mengalami perubahan yang dinamis.

PT KAI Drive II Sumatera Barat api yaitu bagian dari moda transportasi darat yang populer diminati masyarakat karena memiliki berbagai keunggulan, seperti kapasitas yang besar, penggunaan energi berdampak pada keefisienan harga, tepat waktu, karena kereta api memiliki jalur tersendiri, dapat meminimkan polusi, dan dengan aksesibilitas baik (Biomantara & Herdiansyah, dalam utomo 2019). Kereta api telah menjadi pilihan masyarakat sebagai moda transportasi yang dapat memberikan solusi perjalanan baik jarak jauh maupun jarak dekat. Tidak hanya memiliki kecepatan saja, kereta api mampu mengangkut barang maupun penumpang dengan jumlah banyak. Meskipun demikian, persaingan yang ketat dan keluhan pelanggan terkait kualitas pelayanan dan inovasi menjadi tantangan besar yang harus di hadapi PT KAI Divre II Sumatera Barat.

Tabel 1.1 Volume Penumpang Kereta Api Di Drive II Sumatera Barat pada periode tahun 2019-2023.

No	Tahun	Jumlah Penumpang (Orang)
1	2019	1474934
2	2020	595509
2	2021	642827
3	2022	1292250
4	2023	171486

Sumber : PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukan adanya penurunan jumlah penumpang yang signifikan pada tahun 2020-2021 karena terjadinya awal pandemic COVID-19 yang mewabah di indonesia. Sebagai upaya untuk mengurangi jumlah orang yang

terpapar virus COVID-19, pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Maka penggunaan moda transportasi pada saat itu tidak dapat beroperasi secara optimal dan tidak seperti semestinya. Namun jumlah penumpang kereta api dalam negeri mulai menunjukkan pertumbuhan kembali dan cenderung telah meningkat pada tahun 2022, setelah sebelumnya mengalami penurunan tajam pada awal pandemi. Tetapi, pada tahun 2023 terjadi penurunan volume penumpang kereta api kembali hal ini diduga disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan untuk tahun terakhir ini dan belum terpantau secara langsung sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Bersasarkan wawancara yang dilakukan pada salah satu karyawan di PT KAI Divre II Sumatera Barat. Terjadinya penurunan penumpang dinilai dipengaruhi oleh banyak faktok, diantaranya, berakhirnya masa liburan sekolah yang mengurangi permintaan perjalanan dan pemangkasan kapasitas penumpang kereta jarak jauh oleh pemerintah, dari 50% menjadi 20% untuk kuota tiket tanpa kursi, yang turut berkontribusi pada penurunan volume penumpang. Penurunan Volume penumpang yang tercatat pada tahun 2023 menunjukkan bahwa evaluasi dan mutu layanan sangat krusial bagi PT KAI Divre II Sumatera Barat. Hal ini dapat berdampak pada sikap konsumen, terutama kesetiaan pelanggan yang dinyatakan melalui keinginan untuk terus berlangganan serta memberikan rekomendasi. Menurut Tjiptono dalam Gultom et al., (2020) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten, serta dapat merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas pelanggan tidak

hanya penting agar mempertahankan pendapatan, tetapi juga agar dapat membentuk citra positif perusahaan dalam jangka panjang.

Faktor yang selanjutnya membentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Dimana Kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang memiliki hubungan dengan manusia, produk jasa, serta proses dan lingkungan yang dapat memberikan sesuatu yang diinginkan oleh masyarakat bahkan melebihi dari harapannya. Pada faktor Kualitas pelayanan akan dinilai, tergantung dengan bagaimana kinerja terhadap kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen apakah memuaskan atau jauh dari harapan pelanggan. Tetapi, meskipun pelayanan tersebut dianggap baik bagi perusahaan namun berbeda dengan pendapat masyarakat maka dapat berisiko kehilangan kepercayaan pelanggan yang berdampak dalam menurunkan loyalitas, serta menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan menarik pelanggan di masa mendatang.

PT KAI Divre II Sumatera Barat tidak hanya fokus pada peningkatan laba operasional, namun perusahaan berupaya memberikan kemudahan perjalanan bagi masyarakat melalui peningkatan kualitas layanan yang baik dan memuaskan sehingga sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Meskipun telah diberikan peningkatan terhadap kualitas pelayanan pada PT KAI Divre II Sumatera Barat, namun kenyataannya hasil wawancara dengan salah satu pelanggan yang sering menggunakan kereta api menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan belum dapat memuaskan pelanggan, karena dapat dilihat dari masih kurang memadainya kualitas pelayanan dan jumlah kereta sesuai dengan kebutuhan pelanggan hal ini menyebabkan seringkali terjadi kekurangan kursi dan penumpang sering beresakan karena kereta penuh. Kondisi ini seringkali mengakibatkan para konsumen harus mengantre demi

mendapatkan tempat duduk. Selain itu, tingginya jumlah penumpang, terutama pada jam-jam sibuk, semakin memperburuk situasi, menyebabkan ruang tunggu menjadi penuh dan menciptakan suasana yang kurang nyaman. Sehingga hal ini akan berdampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT KAI Divre II Sumatera Barat.

Fenomena diatas diperkuat melalui pra-survei dengan membagikan kuisisioner kepada pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat. Maka peneliti melakukan pembagian kuesioner pra-survei kepada 20 pelanggan dengan hasil, yaitu:

Tabel 1.2 Pra-Survei Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase	
					Ya	Tidak
1	Apakah petugas KAI bersikap sopan dan profesional dalam melayani penumpang?	19	1	20	95%	5%
2	Seberapa puas Anda dengan ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta?	17	3	20	85%	15%

3	Apakah fasilitas di dalam kereta (misalnya tempat duduk, kebersihan, toilet) sesuai dengan harapan anda?	11	9	20	55%	45%
4	Apakah petugas KAI baik dalam menangani keluhan atau masalah yang sedang di alami	19	1	20	95%	5%
Rata – Rata				20	82,5%	17,5%
Jumlah Responden = 20						

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan pra-survei mengenai kualitas pelayanan pada PT KAI Divre II Sumatera Barat. sebanyak 82.5% penumpang mengatakan bahwa mereka puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PT KAI Divre II Sumatera Barat, dan 17,5% penumpang mengatakan bahwa mereka tidak puas dengan layanan yang diberikan, ketidak puasan ini terjadi karena terdapat kelemahan utama pada aspek fasilitas dalam kereta, seperti tempat duduk yang belum mencukupi kapasitas, dan kebersihan fasilitas kereta api.

Inovasi juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam memberikan peningkatan bagi loyalitas pelanggan. Inovasi adalah salah satu faktor yang utama dalam memasarkan produk/jasa dengan semakin meningkat inovasi yang diberikan perusahaan, maka semakin meningkat juga kepuasan yang didapatkan pelanggan Menurut Erniati et al.,dalam Rumahak dan Rahayu (2021) sehingga dapat semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan karena adanya harapan dan juga

keinginan pelanggan yang selalu berbeda-beda tergantung kondisi dalam keadaan banyak nya trend pada saat sekarang ini.

Dalam mempertahankan inovasi yang baik, untuk meningkatkan kebutuhan transportasi di era modernisasi ini, Kini PT Kereta Api di *Drive II* Sumatera Barat menghadirkan inovasi berbasis teknologi yakni “*Access By KAI*” dengan adanya aplikasi ini merupakan peningkatan inovasi dan layanan KAI Group dengan memberi kemudahan pemesanan tiket secara online. Maka pelanggan dapat dengan mudah apabila ingin mengakses layanan KAI Group yang serba digital dengan tetap menghadirkan kemudahan pengoperasian aplikasi.

Aplikasi ini dikelola secara resmi oleh PT KAI dan dirancang untuk menjadi solusi kebutuhan terhadap perjalanan kereta api, baik jarak jauh, menengah dan jarak dekat sekalipun (Ranius et al., 2023). Dengan adanya pemesanan tiket secara online hal ini sangat memudahkan bagi pelanggan yang dulunya harus antri pada saat ingin memesan tiket kereta sekarang pelanggan jauh lebih dimudahkan dalam pemesanan tiket tanpa harus menghadapi antrian panjang dan datang langsung ke lokasi pembelian tiket yang memakan banyak waktu, sekarang tiket dapat dipesan secara praktis tanpa perlu mendatangi lokasi pembelian, melakukan penggantian jadwal dengan mudah, Selain itu, aplikasi ini telah dilengkapi dengan fitur-fitur lain seperti memberlakukan Grafik perjalanan KA (Gapeka) 2023.

Hasil penelitian dalam jurnal (Frizni & Adnan, 2024) menunjukan meskipun penerapan inovasi *Acces by KAI* sangat mempermudah bagi penumpang dengan fitur-fitur baru didalam nya, dan pelayanan juga cukup berubah signifikan serta jauh lebih

membaik dengan adanya inovasi ini, tetapi Rating Aplikasi Acces by KAI di *Google Playstore* masih kurang baik, masih banyak pengguna yang memberikan keluhan dan rating yang kurang baik terhadap aplikasi ini. Seperti adanya masalah informasi kursi yang kurang jelas, kurangnya metode pembayaran dan aplikasi juga sering eror hingga menyebabkan mudah terkeluar dari aplikasi.

Berikut adalah tangkapan layar mengenai beberapa ulasan pelanggan di *play store* yang menunjukkan keluhan terhadap aplikasi KAI *Access*, lampiran ini akan memberikan informasi jelas mengenai masalah yang dialami pengguna.



Gambar 1.1 Review Dan Ulasan Aplikasi KAI *Access*

Sumber: *Play Store* diakses pada Desember 2024

Fenomena dan gambar di atas juga diperkuat melalui pra-survei dengan membagikan kuisioner kepada pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat. Maka peneliti melakukan pembagian kuesioner pra-survei kepada 20 pelanggan dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.3 Pra-Survei Inovasi

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase	
					Ya	Tidak
1	Apakah sistem aplikasi pemesanan tiket kereta api saat ini mudah digunakan?	10	10	20	50%	50%
2	Apakah anda puas dengan fitur-fitur baru yang tersedia di aplikasi KAI Access?	6	14	20	30%	70%
3	Apakah anda merasa proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi lebih cepat dari sebelumnya	7	13	20	35%	65%
Rata – Rata				20	38%	62%
jumlah Responden = 20						

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan pra-survei mengenai inovasi jasa dapat dilihat sebanyak 38% penumpang mengatakan bahwa mereka puas dengan inovasi yang diberikan oleh PT KAI Divre II Sumatera Barat, dan 62% penumpang mengatakan bahwa mereka tidak puas dengan inovasi yang diberikan, ketidakpuasan ini terutama disebabkan oleh

beberapa faktor, seperti aplikasi KAI *Acces* yang sering mengalami eror sehingga menyulitkan pengguna dalam melakukan pemesanan tiket. Selain itu, banyak pelanggan yang merasa fitur-fitur baru di aplikasi belum memadai, dan mereka juga merasakan proses pemesanan tiket melalui aplikasi masih lambat.

Selain faktor inovasi, faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Dimana Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan senang dan puas yang timbul karena harapannya telah dapat dipenuhi atau tidak terpenuhi Gultom et al., dalam Gerson (2020), kepuasan pelanggan memiliki makna perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan menggunakan produk/ jasa tersebut. Jika perusahaan dapat memberikan produk diatas ekspektasi pelanggan maka dapat dikatakan pelanggan merasa puas, sebaliknya jika performa yang diberikan kurang dari ekspektasi pelanggan.

Faktor lain seperti kualitas pelayanan yang diberikan oleh KAI Drive II Sumatera Barat. Kualitas pelayanan ini mencakup keramahan petugas, kemudahan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan pelanggan, dan kecepatan respon terhadap kebutuhan atau keluhan pelanggan. Faktor kedua berkaitan dengan ketersediaan kereta api, di mana peningkatan jumlah kereta api menjadi upaya strategis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Faktor ketiga adalah fasilitas tambahan, seperti ruang tunggu yang disediakan.

Pada saat sekarang ini telah terjadi penyebab kurangnya berbagai faktor utama yang saling berkaitan dan memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Pertama, pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, seperti sikap ramah dan profesional dari petugas, kemudahan dalam memperoleh informasi terkait jadwal perjalanan maupun

perubahan layanan, serta cepatnya respons terkait informasi yang dibutuhkan pelanggan terhadap keluhan pelanggan atau pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan. Kedua, ketersediaan kereta api yang sering menjadi kendala, terutama pada saat permintaan melonjak drastis selama musim liburan atau periode tertentu. Sehingga armada terkadang tidak mencukupi. Ketiga, fasilitas penunjang, yang meliputi ketidaknyamanan ruang tunggu akibat kapasitas tempat duduk yang terbatas, yang menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan karena ada sebagian pelanggan harus antri untuk mendapatkan tempat duduk, serta layanan tambahan seperti Wifi gratis yang tidak tersedia di stasiun maupun di dalam kereta api, sehingga mengurangi kepuasan pelanggan selama menunggu keberangkatan maupun pada saat perjalanan di dalam kereta api.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil pra survei dengan membagikan kuisioner kepada pelanggan PT KAI Drive II Sumatera Barat. Maka peneliti melakukan pembagian kuesioner pra-survei kepada 20 pelanggan dengan hasil , yaitu:

Tabel 1.4 Pra-Survei Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase	
					Ya	Tidak
1	Apakah anda puas dengan layanan yang diberikan oleh KAI selama perjalanan?	17	3	20	85%	15%

2	Apakah Anda merasa jumlah kereta api yang tersedia saat ini sudah mencukupi kebutuhan penumpang?	8	12	20	40%	60%
3	Apakah anda puas dalam menggunakan fasilitas tambahan, seperti ruang tunggu yang telah disediakan?	10	10	20	50%	50%
Rata – Rata				20	58%	42%
jumlah Responden = 20						

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil Tabel 1.4 menunjukkan bahwa kuisisioner pra-survei mengenai kepuasan pelanggan pada PT KAI Drive II Sumatera Barat ini tidak sesuai dengan yang diinginkan dan harapan pelanggan. dapat dilihat jumlah responden yang hanya mencapai 58% puas dengan layanan yang diberikan, sementara tingkat ketidakpuasan sebesar 42%. Banyak pelanggan mengeluhkan jumlah kereta api yang tersedia saat ini belum mencukupi kebutuhan penumpang. Akibatnya, terutama pada jam-jam sibuk atau musim liburan, masih ada penumpang yang tidak mendapatkan kursi selama perjalanan sehingga mereka terpaksa berdiri karena hanya bisa membeli tiket tanpa kursi. Dan sebagian pelanggan menyatakan bahwa fasilitas tambahan, seperti ruang tunggu yang disediakan belum memenuhi harapan pelanggan, kondisi ini menyebabkan terjadinya antrean panjang untuk mendapatkan tempat duduk, sehingga menciptakan suasana tidak nyaman dan membebani pengalaman pelanggan.

Kurang memadai fasilitas tambahan, seperti akses Wi-Fi dan tempat pengisian daya yang kurang/ belum memadai, juga menjadi salah satu masukan yang sering disampaikan oleh pelanggan. Hasil ini menunjukkan meskipun layanan perjalanan di nilai baik, ketersediaan kereta api dan fasilitas tambahan masih menjadi kelemahan. Hal ini mencerminkan pentingnya perhatian terhadap aspek-aspek tersebut untuk meningkatkan kualitas keseluruhan layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan dari fenomena dan uraian latar belakang dijelaskan diatas, maka peneliti ingin menarik judul skripsi dalam penelitian ini **“Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Drive II Sumatra Barat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka bisa diidentifikasi permasalahan yang muncul antara lain:

1. Penurunan volume penumpang PT KAI Drive II Sumatera Barat pada tahun 2023.
2. Kualitas pelayanan yang kurang seperti peningkatan pada fasilitas fisik kereta yang belum memenuhi harapan pelanggan PT KAI Drive II Sumatera Barat.
3. Meskipun kereta api telah menghadirkan inovasi dalam memudahkan pemesanan tiket secara online namun beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan inovasi yang diterima karena belum maksimal.

4. Kualitas pelayanan dan inovasi memediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan dari berbagai uraian yang telah dijelaskan dan juga identifikasi dari permasalahan, sehingga pada penelitian saat ini akan dapat difokuskan pada berbagai masalah yang terkait dengan loyalitas pelanggan dan apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut dibatasi pada bagian kualitas pelayanan, inovasi yang diberikan serta mediasinya bagi pelanggan.

D. Perumusan Masalah

Sesuai dengan penjelasan dalam latar belakang masalah yang telah disampaikan, fokus utama yang akan diangkat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat?
4. Bagaimana peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan inovasi terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Divre II Sumatera Barat

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT KAI Divre II Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi terhadap loyalitas pelanggan di PT KAI Divre II Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT KAI Divre II Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, inovasi dan loyalitas pelanggan di PT KAI Divre II Sumatera Barat.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa manfaat yang ingin dicapai:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, inovasi, dan kepuasan. Untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan pelanggan, serta memberikan sebuah kontribusi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang marketing dan juga memberikan literatur tambahan dalam studi strategi marketing

2. Praktis

a. Bagi penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi penulis.

b. Bagi perusahaan

Dapat digunakan dalam mempertimbangkan dan menentukan bagaimana kebijakan yang berkaitan dengan strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam mengembangkan usahanya dalam meningkatkan loyalitas.

teknis, dan pengembangan produk dapat menjadi strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan sebagai penghubung antara inovasi produk dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan juga memediasi hubungan antara suasana toko dan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, peningkatan kepuasan pelanggan akan memperkuat pengaruh positif suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.

BAB V

PENUTUP

Pada Bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dalam skripsi ini. Sehingga dapat memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan dan peneliti di masa mendatang terkait topik yang diteliti, serta mengidentifikasi keterbatasan yang di hadapi selama pelaksanaan penelitian.

A. Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi terhadap loyalitas pelanggan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi II Sumatera Barat. Kepuasan pelanggan diuji sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini. Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan. Pelanggan akan merasakan pelayanan yang baik, mulai dari ketepatan waktu keberangkatan, keramahan petugas, kebersihan fasilitas, hingga kemudahan dalam menangani keluhan, cenderung memiliki loyalitas lebih tinggi kepada perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya dapat persepsi dan keputusan pelanggan untuk tetap memilih PT KAI Drive II Sumatera Barat.
- b. Inovasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Drive II Sumatera Barat.

Penerapan inovasi melalui pengembangan layanan berbasis teknologi, seperti penggunaan aplikasi, yang sangat membantu pelanggan melakukan pemesanan tiket secara praktis dan memperoleh informasi perjalanan dengan lebih cepat. Inovasi ini memberikan kemudahan serta meningkatkan kenyamanan pelanggan, meskipun masih terdapat beberapa kendala teknis pada aplikasi. Secara keseluruhan, inovasi yang dihadirkan oleh PT KAI Drive II Sumatera Barat berkontribusi dalam memperkuat hubungan perusahaan dengan pelanggan, mendorong minat pelanggan untuk kembali

menggunakan jasa kereta api, serta meningkatkan daya saing perusahaan di era digital.

- c. Kepuasan pelanggan berfungsi agar dapat menjadi penghubung antara kualitas pelayanan dan inovasi yang berdampak pada kesetiaan pelanggan di PT KAI Drive II Sumatera Barat.
- d. Pelayanan berkualitas tinggi serta inovasi yang relevan akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan ini dapat menjadi pendorong utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas dengan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan PT Kereta Api Indonesia Drive II Sumatera Barat akan membuat mereka dengan senang hati untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain, serta tetap setia menggunakan kereta api meskipun terdapat banyak pilihan moda transportasi lain.

B. Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa langkah yang dapat diambil, yaitu:

- a. Inovasi terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Kereta Api Indonesia Drive II Sumatera Barat. Untuk itu, disarankan agar PT Kereta Api Indonesia Drive II Sumatera Barat secara konsisten mengembangkan inovasi yang berkelanjutan, seperti memperbaiki aplikasi Access by KAI, menambahkan fitur-fitur yang lebih memudahkan pengguna, serta meningkatkan stabilitas sistem agar pengalaman pelanggan semakin baik.

- b. Dari hasil studi, ditemukan bahwa pelayanan yang baik berdampak positif dan signifikan pada kesetiaan pelanggan pada perusahaan Jadi, perusahaan sangat disarankan untuk terus memperbaiki kualitas pelayanan., terutama pada aspek fasilitas kereta, ketersediaan ruang tunggu yang nyaman, serta keandalan pelayanan.
- c. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan pelayanan yang prima dan inovasi yang relevan terhadap kebutuhan konsumen.
- d. Penelitian ini menyoroti peran krusial kepuasan pelanggan sebagai mediator antara inovasi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan inovasi dan pelayanan, tetapi juga memastikan bahwa setiap inovasi dan pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
- e. Meskipun studi ini telah mengungkap bahwa inovasi dan kualitas pelayanan memiliki efek yang substansial terhadap loyalitas pelanggan, namun tetap diperlukan evaluasi berkelanjutan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berkembang. Dan perusahaan diharapkan agar terus melakukan riset pasar secara berkala, memperbaiki kekurangan yang ada, dan mengantisipasi perubahan terhadap apa yang lebih disukai oleh

pelanggan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Triani, R., & Yenita, Y. (2023). Pengaruh Service Quality, Promotion, dan Convenience Penggunaan Aplikasi KAI Access Terhadap Customer loyalty Melalui Customer Satisfaction PT Kereta Api Indonesia. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal)*, 7(1), 20–31. <https://doi.org/10.37367/jpi.v7i1.273>
- Akbar Indra Jaya, Alfatih S Manggabarani, Y. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pegadaian Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Interven. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Akbar, R., & Am, A. N. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Kampar Bakery Bangkinang). *Jurnal Manajemen*, 18(2), 194–224. <https://doi.org/10.25170/jm.v2i18.1832>
- Akmalia, A. F., Supeni, R. E., & Izzudin, A. (2025). *THE INFLUENCE OF TRUST , INNOVATION AND SERVICE*. 7(1), 209–221.
- Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Husein Umar. (2020). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 1–12.
- I Putu Satya Nitya Ananda, & Putu Yudi Setiawan. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Pelanggan GO-JEK Di Denpasar. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 20(1), 14–31. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646>
- Khasanah, S. U., Priyadi, B. P., & Purnaweni, H. (2023). Pengaruh Inovasi Pelayanan

Melalui Aplikasi Si D'Nok Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 13(1), 1–13.

Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i4.3795>

Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>

Nurwan Esacipta August, D. A. W. W. S. D. U. dan A. B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bandar Udara Internasional Halim Perdana Kusuma - Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3(1), 1–9.

Pembelian, M., Mie, U., & Dengan, K. (2024). *Data Penjualan Mie Kasuka April- November 2023*. 8(3), 1–15.

Primadi, A., Tohir, M., & Sadin, M. S. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Penerapan Teknologi Serta Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT KAI*. 2(1), 30–39.

Puspitasari, R. (2023). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan dalam Pengaruh Inovasi Produk dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus UMKM Gendang Jimbe kota Blitar). *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(2), 110–121. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i2.1746>

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>

Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). the Influence of Trust, Innovation, and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty on Gojek Customers. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 65(1), 65–77. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>

- Ricardianto, P., Ikhsan, R. B., Suryobuwono, A. A., Setiawan, E. B., Raharjo, E. P., Rahandi, R., & Cahyadi, D. (2024). What makes consumers attitudinal loyalty on ride-hailing services? An investigation Indonesian consumers' perceived safety in using ride-hailing apps. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100306. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100306>
- Rima Nurmalah, Muhibudin Wijaya Laksana, & Hilma Mutiara Winata. (2024). Pengaruh Inovasi Pada Aplikasi Access by KAI Terhadap Kualitas Pelayanan. *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 137–149. <https://doi.org/10.25299/jiap.2024.16859>
- Sembiring, M., Sitepu, I. U., Rosalina, L., & Ginting, B. (2025). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Suite Pakar Hotel Berastagi*. 4(3), 4195–4204.
- Siti Maryam, & Tiurniari Purba. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Penumpang Bus Trans Batam. *ECo-Buss*, 6(2), 521–532. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.680>
- Sonjaya, Y., & Ruyani, N. A. (2023). Studi tentang Pengaruh Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(6), 703–709.
- Sulistiyorini, E., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas, Ragam Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Miniâ€™s Salon Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 83–91. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.160>
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufan, S., & Santoso, A. E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 10(02), 228–239. <https://doi.org/10.53008/kalbiscientia.v10i02.3148>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga

terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>

Kotler, & Amstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip & Keller, K. L. 2016. Marketing. Management (15 th ed.). England: Person.

Kotler, P. dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga

Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Pt. Pegadaian (Persero) Karombasan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 404–412.