

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MIKROTRANS JAK LINGKO SELAMA
MASA PANDEMI COVID-19**

**JAK LINGKO MICROTRANS CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS DURING THE
COVID-19 PANDEMIC**

Muhammad Aulia¹⁾, Heni Nastiti²⁾, Bernadin Dwi Mardiatmi³⁾

^{1),2),3)}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Correspondece author : heni@upnvj.ac.id; bernadindwim@upnvj.ac.id

ABSTRACT

This research with a quantitative approach aims to determine, prove, and analyze the effect of price, trust, and service quality on customer satisfaction of Microtrans Jak Lingko in Central Jakarta. By using purposive sampling method, there was 75 respondents in this study. Descriptive analysis techniques and inferential analysis partial least square are used to analyze the data that has been collected through the distribution of questionnaires. The results show that : (1) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0,421. (2) Trust has no effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0,165. (3) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0,354. The price, trust, and service quality have a coefficient determination of 68.1% in influencing customer satisfaction, while the remaining 31,9% is influenced by other variables.

Keywords : *Price, Trust, Service Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, jumlah sampel dalam penelitian ini 75 orang responden. Teknik analisis deskriptif dan analisis inferensial *partial least square* digunakan dalam penelitian ini guna menganalisa data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,421. (2) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,165. (3) Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,354. Adapun harga, kepercayaan, dan kualitas layanan memiliki koefisien determinansi sebesar 68,1% dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, sementara sisanya 31,9% dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci: *Harga, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Pandemi virus Covid-19 yang merebak di seluruh dunia berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Dimana pandemi yang terjadi berdampak kepada pembatasan kegiatan sosial masyarakat. Di Indonesia sendiri setelah merebaknya pandemi Covid-19, pemerintah menerapkan pembatasan kegiatan sosial masyarakat guna mencegah penyebaran virus Covid 19. Dimana pembatasan kegiatan tersebut meliputi pembatasan berkegiatan di tempat umum, pembatasan kegiatan sosial-budaya, hingga pembatasan moda transportasi. (Putsanra, 2020)

Pembatasan kegiatan sosial masyarakat tersebut sendiri sangat berdampak terhadap operasional transportasi umum. Karena kegiatan operasional moda transportasi umum dibatasi guna pencegahan penularan virus Covid-19. Di Jakarta sendiri sarana transportasi umum seperti MRT, LRT, *commuterline*, hingga bus transjakarta mengalami pembatasan dengan penerapan protokol pencegahan Covid-19. Dimana sarana transportasi umum tersebut wajib membatasi jumlah penumpang, kapasitas angkutan mengalami pengurangan melalui pemberlakuan jaga jarak antar penumpang. Semua transportasi umum juga diwajibkan selalu untuk mendisinfeksi moda transportasi yang digunakan, dan juga mendeteksi suhu tubuh penumpang yang menggunakan moda transportasi. (Qur'ani, 2020)

Salah satu sarana transportasi umum yang menerapkan pembatasan serta pelayanan dengan mengikuti protokol kesehatan adalah Transjakarta. Dimana Transjakarta menerapkan pemeriksaan suhu tubuh bagi pelanggan maupun petugas, menyediakan penyanitasi tangan pada bus maupun halte, mewajibkan penggunaan masker untuk pelanggan maupun petugas, menerapkan jaga jarak antar pelanggan di dalam halte ataupun dalam bus, membatasi kapasitas angkut pelanggan, melakukan sterilisasi interior armada yang dilakukan sekali dalam tiga hari, memberikan tanda

jaga jarak antar pelanggan, serta melakukan penyesuaian terkait antrean di dalam halte. (Lova, 2020)

Sementara itu Mikrotrans Jak Lingko yang merupakan salah satu sarana transportasi umum bagian dari Transjakarta, sempat berhenti beroperasi semenjak 23 Maret 2020 hingga kemudian beroperasi kembali mulai tanggal 1 Juli 2020 menerapkan protokol kesehatan. Dimana penumpang dan pramudi wajib mengenakan masker serta menerapkan jaga jarak. Selain itu jumlah penumpang juga dibatasi dimana bangku di dalam angkutan diberi penanda guna menjaga jarak antar penumpang. (Andrianto, 2020)

Mikrotrans Jak Lingko sendiri merupakan sebuah sistem transportasi terintegrasi meliputi integrasi pembayaran, rute, dan manajemen. Mikrotrans Jak Lingko memiliki layanan yang berbeda dibanding angkot biasa, dimana tidak menunggu penumpang disembarang tempat atau ngetem, tidak berhenti disembarang tempat, memiliki peraturan mengenai batas kecepatan, dan memiliki tarif angkutan yang khusus dimana Mikrotrans Jak lingko memiliki tarif Rp. 0 atau gratis, dengan catatan dapat digunakan dengan menggunakan kartu elektronik tertentu. (Radityasani, 2020)

Selama masa pandemi Mikrotrans Jak Lingko menerapkan pelayanan dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Dimana protokol kesehatan yang dijalankan yakni penumpang dan pramudi diharuskan mengenakan masker, penyanitasi tangan tersedia di armada angkutan, serta armada yang digunakan dijaga kebersihannya melalui pembersihan dengan disinfektan. Selain itu Mikrotrans Jak Lingko juga menerapkan *physical distancing* dengan melakukan penyesuaian tempat duduk dengan pemberian marka pembatas pada tempat duduk penumpang. (Ravel, 2020)

Dengan situasi seperti ini kualitas pelayanan yang maksimal serta upaya untuk memunculkan rasa percaya pelanggan

terhadap penggunaan dari Mikrotrans Jak Lingko sangat perlu diperhatikan. Kualitas layanan sendiri merupakan suatu hal penting dalam sebuah perusahaan jasa seperti perusahaan transportasi umum. Hal ini guna memastikan pengguna layanan merasa nyaman dan dapat menciptakan kepuasan terhadap penggunaan transportasi yang bersifat massal ini.

Kepuasan pelanggan sendiri akan membawa manfaat bagi perusahaan, hal ini dikarenakan pelanggan yang puas menurut Wirtz dan Lovelock (2018) “akan melakukan pembelian ulang, menyebarkan word of mouth yang positif kepada orang lainnya terkait dengan penggunaan produk atau jasa hingga kepuasan pelanggan akan menciptakan loyalitas”. Hal ini didukung oleh hasil riset terdahulu oleh Prabantari (2020) yang menyatakan jika kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu kepercayaan juga adalah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan Priansa (2017) kepercayaan merupakan “refleksi dari kepuasan pelanggan sehingga pelanggan percaya terhadap suatu jasa”. Kepercayaan sendiri berdasarkan penelitian terdahulu dilakukan oleh Sudirman, dkk (2020) dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas layanan dan kepercayaan adalah harga. Berdasarkan Kotler dan Keller (2016) “dalam penentuan tingkat kepuasan pelanggan, harga termasuk kedalam faktor utama yang diperhatikan disamping empat faktor utama lainnya yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, biaya, dan emosional”. Pernyataan didukung penelitian terdahulu oleh Sudirman, dkk (2020) dimana menunjukkan adanya pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan.

Maka didasari oleh uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian terhadap kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko dengan lokasi penelitian di Wilayah Jakarta Pusat

selama masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan variabel harga, kepercayaan, serta kualitas layanan.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini: apakah harga, kepercayaan, dan kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mikrotrans Jak Lingko? Dimana tujuan penelitian sendiri adalah untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis apakah harga, kepercayaan, dan kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mikrotrans Jak Lingko.

MATERI DAN METODE

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan berdasarkan Kotler dan Keller (2016, hlm. 153) secara umum diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Pelanggan yang puas berdasarkan Kotler dan Armstrong (2018, hlm. 178) “akan membeli atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk atau jasa yang telah ia gunakan, pelanggan yang puas juga akan menghiraukan para pesaing dari produk atau jasa layanan serupa, dan akan membeli produk atau jasa lain yang dihasilkan oleh perusahaan”.

Dapat disimpulkan jika kepuasan pelanggan ialah persepsi pelanggan terhadap performa suatu produk atau jasa terkait dengan perasaan senang atau kecewa pelanggan tersebut, setelah membandingkan antara performa suatu produk atau jasa terhadap harapan atas performa produk atau jasa tersebut. Dimana kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur melalui indikator puas terhadap penggunaan produk atau jasa, membeli atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa, serta juga merekomendasikan kepada orang lain.

Harga

Harga berdasarkan Kotler dan Armstrong, (2018, hlm. 308) dapat diartikan sebagai “jumlah uang yang harus dibayar seorang pelanggan untuk mendapatkan hak atau manfaat untuk menggunakan suatu produk atau jasa”.

Harga dapat diukur dengan beberapa indikator berdasarkan Kotler dan Armstrong (2018) yakni, “keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, kesesuaian harga dengan manfaat serta kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya beli”.

Dapat disimpulkan harga merupakan satuan nilai mata uang yang ditukarkan atau dibayarkan oleh seorang pelanggan untuk dapat menggunakan suatu produk atau jasa. Dimana harga pada penelitian ini diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa dan kesesuaian harga dengan manfaat dari jasa.

Harga sendiri berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh, Sudirman,dkk (2020), Ovidani dan Hidajat (2020), Nguyen (2019), Pasharibu,dkk (2018) dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepercayaan

Kepercayaan sebagaimana Priansa (2017, hlm. 115) merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya diwujudkan, kepercayaan dapat dimaknai sebagai kepercayaan pihak tertentu kepada pihak lain perihal melakukan hubungan transaksi, didasari oleh keyakinan jika orang yang dipercayai tersebut mempunyai segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Kepercayaan sebagaimana Priansa (2017, hlm. 125–126) terdapat beberapa dimensi yakni, “kepercayaan keyakinan (*Trusting belief*) dengan indikator kompetensi, integritas dan niat baik. Kemudian dimensi nilai memperayai (*trusting intention*) dengan indikator sedia

dengan subyektif dan sedia untuk bergantung”.

Dapat dibuat simpulan bahwa kepercayaan merupakan bentuk keyakinan seorang pelanggan atas perusahaan perihal produk atau jasa serta pemanfaatannya. Dimana kepercayaan dalam penelitian ini diukur melalui indikator niat baik, integritas, kompetensi, kesediaan kebergantungan dan kesediaan secara subyektif.

Kepercayaan sendiri berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudirman,dkk (2020), Ovidani dan Hidajat (2020) dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Layanan

Schiffman dan Wisenblit, (2015, hlm. 139) mengatakan “kualitas layanan merupakan evaluasi pelanggan terhadap performa layanan terkait dengan perbedaan ekspektasi pelanggan terhadap suatu jasa dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan tersebut ketika jasa telah diterima”.

Kualitas layanan sendiri berdasarkan pernyataan dari Kotler dan Keller (2016, hlm. 442) dapat diidentifikasi kedalam lima determinan utama yakni, “*reliability* (keandalan), *responsiveness*(daya tanggap), *assurance*(jaminan), *emphaty*(empati), *tangibles*(bukti fisik)”.

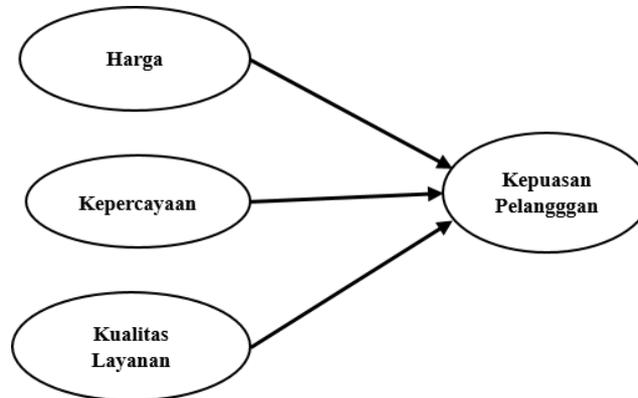
Dapat disimpulkan jika kualitas layanan merupakan suatu cara kerja perusahaan dalam upaya untuk berfokus pada pemenuhan harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana kualitas layanan dapat diukur melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Kualitas layanan sendiri berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adiguna,dkk (2020), Supriyadi,dkk (2020), Mat,dkk (2019), Bismo,dkk (2018) dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Model Penelitian Empiris

Pada penelitian ini gambaran hubungan variabel bebas dengan variabel terikat adalah harga, kepercayaan, dan

kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun berikut ini gambaran model penelitian empiris,



Gambar.1 Model Penelitian Empiris

Sumber : Data Diolah

Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara atas permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini dapat dirumuskan,

- H₁ : Diduga harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H₂ : Diduga kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H₃ : Diduga kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini merupakan keseluruhan pengguna mikrotrans Jak Lingko di Wilayah Jakarta Pusat yang menggunakan mikrotrans Jak Lingko selama masa pandemi covid 19. Sementara untuk sampel, digunakan teknik pengambilan sampel *Purposive sampling*. Dimana acuan dalam menentukan ukuran sampel didasari pernyataan dari Roscoe dalam Ferdinand (2014, hlm. 173) yakni ukuran sampel yang lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai. Adapun didalam penelitian ini banyaknya jumlah sampel itu sendiri ditentukan dari 25 dikali dengan jumlah

variabel independen. Maka jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan sebesar 25 dikali dengan 3 variabel independen, dimana hasilnya yakni sebanyak 75 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan, dimana sumber data diperoleh dari data primer melalui kuesioner. Pengumpulan data sendiri dilakukan dengan menggunakan kuesioner skala *likert* melalui *form google* yang diberikan pada responden.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Teknik Analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif serta analisis inferensial. Analisis deskriptif menurut Ferdinand (2014, hlm. 229) digunakan guna memberi deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan pada penelitian. Teknik analisis indeks merupakan teknik analisis deskriptif yang ditetapkan dalam penelitian ini guna memperlihatkan persepsi responden mengenai butir-butir pernyataan diajukan, dimana hasil dari perhitungan indeks kemudian diinterpretasikan dengan menggunakan metode tiga kotak (*three box method*). Tabel berikut merupakan gambaran interpretasi nilai indeks,

Tabel 1. Interpretasi Nilai Presentase Responden

Nilai Indeks	Interprestasi
15 – 35.00	“Rendah”
35.01 – 55.00	“Sedang”
55.01 – 75.00	“Tinggi”

Sumber: Data diolah.

Sementara analisis inferensial pada penelitian ini dilakukan melalui *Partial Least Square* guna menganalisis data responden, sementara hasil pengolahan data yang diperoleh akan diambil kesimpulan dari sampel tersebut. Berdasarkan Noor (2014, hlm. 144) *Partial Least Square* (PLS) adalah metode analisis cukup *powerfull* karena tidak didasari dengan banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal *multivariate* (indikator skala kategori, ordinal sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar, serta dapat menerangkan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Adapun pada penelitian ini akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji *r-square*, uji *q-square*, dan uji hipotesis menggunakan uji t statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Responden

Peneliti pada penelitian ini, menyebarkan kuesioner kepada 75 responden pengguna mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat. Adapun responden dalam penelitian ini terdiri atas beberapa karakteristik :

- Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin
Pada penelitian ini terdapat 60% responden Laki-Laki. Sementara untuk responden Perempuan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40%.
- Karakteristik Responden berdasarkan Usia
Dalam penelitian ini responden dengan usia 16-25 tahun terdapat 79%. Kemudian responden dengan usia 25-45 tahun sebesar 12%, responden dengan usia 46-55 tahun sebesar 8%. Sementara

responden usia diatas 56 tahun terdapat 1%.

- Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan
Responden mahasiswa/pelajar dalam penelitian ini sebesar 56%. Kemudian diikuti dengan Pegawai Negeri/Swasta yakni 23%, ibu rumah tangga sebesar 15%, wiraswata sebanyak 4%, dan responden dengan kriteria jawaban pekerjaan lainnya sebanyak 3%.
- Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan
Responden dengan penghasilan Rp.1.000.000 - Rp.5.000.000 terdapat sebanyak 61%. Kemudian responden dengan penghasilan dibawah Rp.1.000.000 terdapat 33%. Selanjutnya responden dengan penghasilan Rp.5.000.000 - Rp.10.000.000 terdapat 5%.
- Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas penggunaan
Dalam penelitian ini terdapat 55% dengan intensitas penggunaan sebanyak 3-5 kali. Kemudian 31% dengan intensitas penggunaan 6-8 kali. Selanjutnya terdapat 7% dengan intensitas penggunaan sebanyak 9-10 kali. Sementara terdapat 8% responden dengan intensitas penggunaan diatas 10 kali.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan guna memberikan deskripsi empiris terhadap data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Berikut hasil analisis yang telah dilakukan,

a. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terkait Variabel Harga

Dalam penelitian ini variabel harga terdiri atas enam butir pernyataan yang diberikan kepada responden.

Dari hasil analisis sebagaimana tabel 2, diketahui jika seluruh indikator butir pernyataan daripada variabel harga memiliki nilai indeks dalam kategori tinggi. Hal ini didasari dari perhitungan interpretasi nilai indeks dengan metode tiga kotak, dimana jika hasil perhitungan nilai indeks berkisar antara 55.01 – 75.00 maka dapat dikategorikan “tinggi”.

Sementara untuk nilai indeks tertinggi yang ada pada kuesioner mengenai variabel harga terdapat pada butir pernyataan H2. Sementara nilai indeks terkecil pada butir pernyataan H4 dengan nilai indeks sebesar 59,6 namun masih dapat diinterpretasikan “tinggi”.

Tabel 2. Hasil Analisis Tanggapan Responden Terkait Variabel Harga

Harga	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
H1	0	0	1	1,3%	1	1,3%	34	45,3%	39	52,0%	67,2
H2	0	0	0	0,0%	4	5,3%	30	40,0%	41	54,7%	67,4
H3	0	0	0	0,0%	17	22,7%	42	56,0%	16	21,3%	59,8
H4	0	0	1	1,3%	17	22,7%	40	53,3%	17	22,7%	59,6
H5	0	0	1	1,3%	1	1,3%	41	54,7%	32	42,7%	65,8
H6	0	0	0	0,0%	3	4,0%	48	64,0%	24	32,0%	64,2
Rerata total indeks											64

Sumber : Data Diolah

b. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terkait Variabel Kepercayaan

Dalam penelitian ini variabel kepercayaan terdiri atas delapan butir pernyataan yang diberikan kepada responden. Dari hasil analisis sebagaimana tabel 3, diketahui jika hampir seluruh butir

pernyataan pada variabel kepercayaan dapat dikategorikan “tinggi” terkecuali pada pernyataan K1 yang dikategorikan sedang. Sementara untuk nilai indeks tertinggi pada kuesioner mengenai variabel kepercayaan terdapat pada butir pernyataan K6.

Tabel 3. Hasil Analisis Tanggapan Responden Terkait Variabel Kepercayaan

Kepercayaan	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
K1	0	0	6	8,0%	23	30,7%	37	49,3%	9	12,0%	54,8
K2	0	0	9	12,0%	8	10,7%	46	61,3%	12	16,0%	57,2
K3	0	0	0	0,0%	7	9,3%	55	73,3%	13	17,3%	61,2
K4	0	0	1	1,3%	5	6,7%	57	76,0%	12	16,0%	61
K5	0	0	0	0,0%	3	4,0%	41	54,7%	31	41,3%	65,6
K6	0	0	0	0,0%	4	5,3%	36	48,0%	35	46,7%	66,2
K7	0	0	3	4,0%	10	13,3%	47	62,7%	15	20,0%	59,8
K8	0	0	10	13,3%	13	17,3%	41	54,7%	11	14,7%	55,6
Rerata total indeks											60,18

Sumber : Data Diolah

c. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terkait Variabel Kualitas Layanan.

Dalam penelitian ini variabel kualitas layanan terdiri atas sepuluh butir pernyataan yang diberikan kepada responden. Dari hasil analisis sebagaimana tabel 4, diketahui jika

seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas layanan dapat dikategorikan “tinggi”. Sementara untuk nilai indeks tertinggi pada kuesioner mengenai variabel kualitas layanan terdapat pada butir pernyataan KL9 dan terendah pada butir pernyataan KL8.

Tabel 4. Hasil Analisis Tanggapan Responden Terkait Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KL1	0	0	0	0,0%	11	14,7%	49	65,3%	15	20,0%	60,8
KL2	0	0	1	1,3%	19	25,3%	41	54,7%	14	18,7%	58,6
KL3	0	0	1	1,3%	19	25,3%	42	56,0%	13	17,3%	58,4
KL4	0	0	0	0,0%	11	14,7%	50	66,7%	14	18,7%	60,6
KL5	0	0	1	1,3%	6	8,0%	50	66,7%	18	24,0%	62
KL6	0	0	0	0,0%	8	10,7%	50	66,7%	17	22,7%	61,8
KL7	0	0	2	2,7%	15	20,0%	42	56,0%	16	21,3%	59,4
KL8	0	0	4	5,3%	14	18,7%	45	60,0%	12	16,0%	58
KL9	0	0	0	0,0%	7	9,3%	47	62,7%	21	28,0%	62,8
KL10	0	0	1	1,3%	6	8,0%	49	65,3%	19	25,3%	62,2
Rerata total indeks											60,5

Sumber : Data Diolah

d. Analisis indeks tanggapan responden terkait variabel kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini variabel kepuasan pelanggan terdiri atas enam butir pernyataan yang diberikan untuk responden. Dari hasil analisis sebagaimana tabel 5, diketahui

seluruh butir pernyataan mengenai variabel kepuasan pelanggan dapat dikategorikan “tinggi”. Sementara untuk nilai indeks tertinggi pada kuesioner mengenai variabel kepuasan pelanggan didapati pada butir pernyataan KP1 dan terendah pada butir pernyataan KP

Tabel 5. Hasil Analisis Tanggapan Responden Terkait Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KP1	0	0%	0	0%	4	5,3%	53	70,7%	18	24,0%	62,8
KP2	0	0%	1	1,3%	14	18,7%	45	60,0%	15	20,0%	59,8
KP3	0	0%	0	0%	15	20,0%	45	60,0%	15	20,0%	60
KP4	0	0%	0	0%	4	5,3%	57	76,0%	14	18,7%	62
KP5	0	0%	3	4,0%	25	33,3%	36	48,0%	11	14,7%	56
KP6	0	0%	3	4,0%	13	17,3%	45	60,0%	14	18,7%	59
Rerata total indeks											59,9

Sumber : Data Diolah

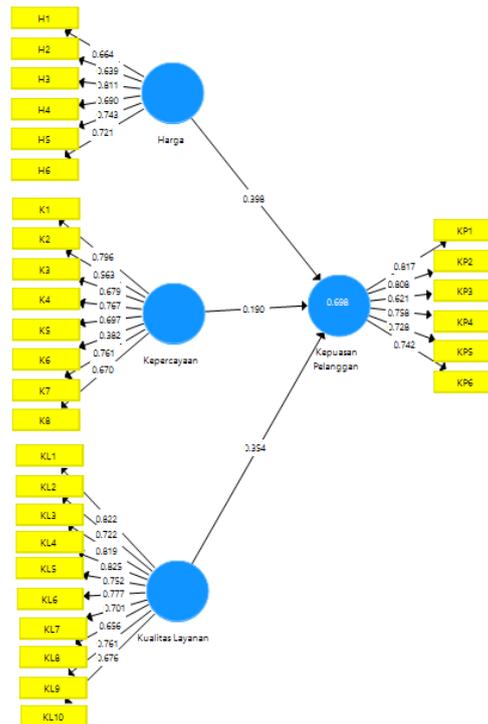
Analisis Inferensial

Dalam penelitian ini digunakan analisis inferensial menggunakan *Partial Least Square* guna menganalisis data responden.

Mengkontruksi Diagram Jalur PLS Dan Estimasinya

Langkah ini dilaksanakan guna menguji apakah *convergent validity* atau

konvergen validitas model sudah terpenuhi atau belum. Adapun penelitian valid atau tidaknya kuesioner didasari oleh pernyataan dari Ghozali, (2014, hlm. 39) dimana menurutnya “skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai dengan 0.6 dianggap cukup dengan kata lain item tersebut dinyatakan valid”. Berikut hasil pengukuran validitas diagram jalur,

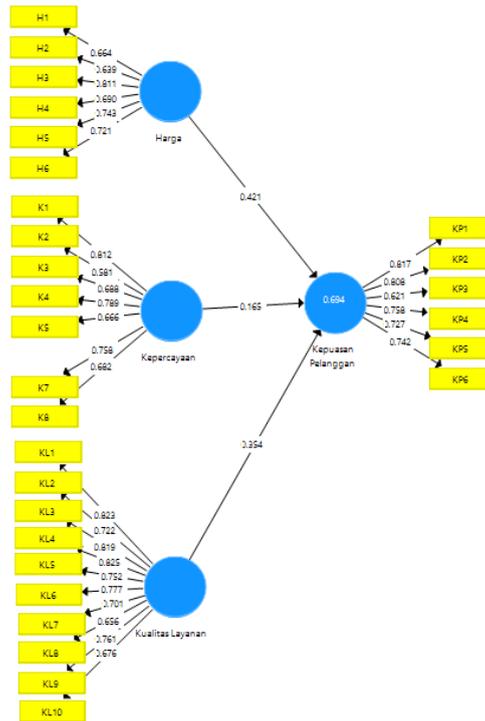


Gambar 2. Outer model
Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil output ditemukan satu butir pernyataan yakni pada K6 yang masih memiliki nilai di bawah 0,5 tentunya item pernyataan tersebut tidak valid. Dengan ditemukannya hal ini maka item pernyataan tersebut harus dihilangkan, kemudian dilakukan analisis ulang. Gambar 3 berikut

ini merupakan gambaran dari hasil analisis ulang tersebut,

Dimana setelah dilakukannya *re-estimasi* atau perhitungan ulang, diambil simpulan jika keseluruhan indikator baik itu perihal variabel harga, kepercayaan, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan terpenuhi validitasnya.



Gambar 3. Outer model setelah Re-estimasi
Sumber : Data Diolah

Uji Validitas Konvergen

Dilaksanakannya uji validitas konvergen ini guna mengetahui kesesuaian hubungan instrumen dengan variabel,

dimana korelasi instrumen tersebut sudah mencukupi apabila *loading factor* diperoleh di atas 0,5. Adapun hasil pengujian tersebut tergambar pada tabel 6 di bawah,

Tabel 6. Outer Loading Factor

Indikator	Harga (X1)	Kepercayaan (X2)	Kualitas Layanan (X3)	Kepuasan Pelanggan (Y)
H1	0,664			
H2	0,639			
H3	0,811			
H4	0,690			
H5	0,743			
H6	0,721			
K1		0,812		
K2		0,581		
K3		0,688		
K4		0,789		
K5		0,666		
K7		0,758		
K8		0,682		
KL1			0,823	
KL2			0,722	

KL3	0,819
KL4	0,825
KL5	0,752
KL6	0,777
KL7	0,701
KL8	0,656
KL9	0,761
KL10	0,676
KP1	0,817
KP2	0,808
KP3	0,621
KP4	0,758
KP5	0,727
KP6	0,742

Sumber : *Data Diolah*

Didasari tabel 6 tersebut keseluruhan hasil dari *loading factor* setiap indikator telah lebih dari 0,5 pada indikator dari masing-masing variabel dan menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan

valid. Adapun perolehan terendah terdapat pada instrumen pernyataan K2 sebesar 0,581 sedangkan perolehan tertinggi pada instrumen pernyataan KL4 yakni 0,825.

Uji Validitas Diskriminan

Pengujian ini dilaksanakan guna mengetahui ketepatan penggunaan variabel. Penilaian ketepatan ini adalah melalui hasil

perhitungan rata-rata varians diekstrak atau *Square root of average variance extraced (AVE)*. Adapun hasil analisis melalui *SmartPLS 3.3.0*. tergambar pada tabel 7,

Tabel 7. Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Harga	0,509
Kepercayaan	0,511
Kualitas Layanan	0,568
Kepuasan Pelanggan	0,560

Sumber : *Data Diolah*

Berdasarkan hasil perolehan *output SmartPLS 3.3.0* sebagaimana pada tabel 7, menunjukkan jika seluruh variabel dinyatakan

valid karena hasil uji perolehan di atas 0,5 pada seluruh variabel.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya adalah dilakukan uji realibilitas data guna pengukuran keandalah

alat ukur sebuah penelitian. Hasil uji reliabilitas menggunakan *SmartPLS 3.3.0* tergambar sebagaimana tabel 8,

Tabel 8. Uji Reliabilitas

	<i>Croancbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>
Harga	0,809	0,861
Kepercayaan	0,840	0,879
Kualitas Layanan	0,914	0,929
Kepuasan Pelanggan	0,841	0,883

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 8, nilai output perolehan *composite reability* seluruh konstruk > 0,7 dimana sebagai pernyataan bahwa keseluruhan model telah terestimasi memenuhi kriteria. Sementara untuk perolehan nilai *cronbach's alpha* diketahui bahwa nilai terendah terdapat pada variabel

harga yakni sebesar 0,809 semetara tertinggi terdapat pada variabel kualitas layanan yakni sebesar 0,914. Adapun seluruh variabel dapat dikatakan sangat reliabel hal ini didasari Solimun, dkk (2017, hlm. 39) karena seluruh variabel memiliki perolehan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,80.

Uji Koefisien Determinansi

Pengujian koefisien determinansi ini berdasarkan Ferdinand (2014, hlm. 241) dilakukan “untuk menggambarkan

kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen”. Adapun hasil perolehan pengujian tergambar pada tabel 9,

Tabel 9. R-Square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Kepuasan Pelanggan	0,694	0,681

Sumber :Data Diolah

Didasari data sebagaimana terdapat pada tabel 9, diketahui jika harga, kepercayaan dan kulaitas layanan memiliki

kontribusi kepada kepuasan pelanggan yakni 0,681 atau 68,1%. Selebihnya yakni 31,9% dipengaruhi variabel independen lain.

Uji Q-Square

Selanjutnya dilakukan uji *Q-Square* yang mana pengujian ini dilakukan guna mengukur sebarapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model berdasarkan data. Dimana hasil pengujian didasari apabila nilai

Q-Square lebih dari 0, maka menggambarkan model mempunyai *predictive relevance*, namun jika nilai kurang atau sama dengan 0 maka menggambarkan model kurang meempunyai *predictive relevance*.

Tabel 10. Q-Square

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
Harga	450.000	450.000	
Kepercayaan	525.000	525.000	
Kualitas Layanan	750.000	750.000	
Kepuasan Pelanggan	450.000	286.777	0,363

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan perolehan hasil uji pada tabel 10, diketahui nilai *Q-Square* yakni 0,36 yang yang mana nilai tersebut

berada di atas 0, yang mana menunjukkan model memiliki *predictive relevance*.

Uji Hipotesis

Uji signifikansi parsial ditetapkan untuk pengujian hipotesis guna memperlihatkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Dalam

penelitian ini berdasarkan tabel dua sisi diketahui nilai t_{tabel} adalah 1,994 diperoleh melalui persamaan $df=N-k$ atau $df=74-4=71$, dengan derajat kepercayaan atau signifikansi $\alpha = 0.05$.

Tabel 11. Hasil Uji t Statistik

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Harga (X1) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,421	3,361	0,001
Kepercayaan (X2) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,165	1,632	0,103
Kualitas Layanan (X3) → Kepuasan Pelanggan	0,354	3,057	0,002

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel diketahui hasil perhitungan menunjukkan variabel harga (X1) memiliki nilai *original sample* atau nilai korelasi positif yakni 0,421. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh t_{hitung} 3,361 > t_{tabel} 1,994 serta nilai signifikan (*P Values*) 0,001 < 0,05. Dimana ini berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel juga diketahui hasil perhitungan menunjukkan variabel kepercayaan (X2) memiliki nilai *original sample* positif yakni 0,165. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh t_{hitung} 1,632 < t_{tabel} 1,994 serta nilai signifikan (*P Values*) 0,103 > 0,05. Dimana hal ini berarti variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel sebagaimana terlampir di atas, juga diketahui hasil perhitungan menunjukkan variabel kualitas

layanan (X3) memiliki nilai *original sample* positif yakni 0,354. Dari hasil pengolahan data juga diperoleh t_{hitung} 3,057 > t_{tabel} 1,994 serta nilai signifikan (*P Values*) 0,002 < 0,05. Dimana hal ini berarti variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga memiliki nilai koefisien jalur positif 0,421. Selanjutnya untuk variabel kepercayaan hasil penelitian menunjukkan angka 0,165 sebagai nilai koefisien jalur. Sementara variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka 0,354 sebagai nilai koefisien jalur. Dari hasil penelitian diketahui jika variabel harga merupakan variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan lebih tinggi dibanding kualitas layanan namun variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada penelitian ini, menunjukkan bahwa penetapan harga yang terjangkau yang telah ditetapkan mikrotrans Jak Lingko dapat dikatakan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat, hal ini terlihat dari banyaknya responden yang memberikan pernyataan setuju hingga sangat setuju terkait butir pernyataan H2 yakni “penetapan harga yang ditetapkan mikrotrans Jak Lingko dapat terjangkau atau terjangkau”. Selain itu penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan atau daya beli, juga salah satu indikator dalam penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, ini terlihat dari rerata pelanggan banyak memberikan tanggapan setuju hingga sangat setuju pada butir pernyataan H1 yakni “penetapan harga yang ditetapkan oleh mikrotrans Jak Lingko sesuai dengan kemampuan atau daya beli”.

Penetapan harga yang saat ini ditetapkan oleh mikrotrans Jak Lingko pada saat ini adalah Rp.0, atau gratis, menggunakan kartu elektronik. Dengan penetapan harga yang saat ini dimiliki oleh Mikrotrans Jak Lingko, membuktikan bahwa keterjangkauan harga serta penetapan harga sesuai dengan daya beli dapat mempengaruhi seorang pelanggan terhadap kepuasannya dalam menggunakan Mikrotrans Jak Lingko. Berpengaruhnya harga terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri, sebagaimana teori yang dikatakan Kotler dan Keller (2016) “dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, harga termasuk kedalam faktor utama yang harus diperhatikan disamping empat faktor utama lainnya”.

Adapun hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian telah dilakukan sebelumnya oleh Ovidani dan Hidajat (2020) dan Sudirman, dkk (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa salah satu kemungkinan penyebab tidak berpengaruhnya kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan adalah akibat dari situasi pandemi covid-19 yang tengah terjadi. Hal ini dapat terlihat juga dari rendahnya nilai indeks pada pernyataan K1 yakni “Mikrotrans Jak Lingko merupakan transportasi umum yang dapat saya andalkan selama masa pandemi” serta pernyataan “Saya bersedia menerima risiko yang mungkin terjadi ketika menggunakan mikrotrans Jak Lingko”.

Hal ini dapat diartikan bahwa para pelanggan kurang dapat mengandalkan mikrotrans Jak Lingko selama masa pandemi. Keadaan ini dimungkinkan akibat dari keadaan pandemi yang dimana risiko penularan dimungkinkan dapat terjadi, dimana tentunya pelanggan tidak bersedia untuk menerima risiko semacam ini. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri pada risiko, dan jika pelanggan dirasa tidak dapat bersedia menerima risiko maka ini tentu berdampak pada rasa percaya pelanggan kepada perusahaan hingga dapat berdampak kepada kepuasan pelanggan pada perusahaan itu sendiri. Kepercayaan sendiri berdasarkan Priansa (2017) merupakan “refleksi dari kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan percaya terhadap suatu jasa”.

Adapun hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Adiguna, dkk (2020) dimana dalam penelitiannya kepercayaan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2016) menggambarkan “jika kualitas layanan suatu jasa baik, akan membuat pelanggan merasa puas, sebaliknya dimana bila kualitas layanan tak sesuai dengan harapan,

pelanggan tidak akan merasa puas”. Berdasarkan tanggapan responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat berdasarkan pernyataan yang telah diberikan kepada responden adalah mengenai kondisi armada yang baik serta memiliki fasilitas penunjang pelayanan yang baik selama masa pandemi covid-19. Tergambar dari tingginya nilai indeks tanggapan responden pada pernyataan KL 9 yakni “Armada yang dimiliki oleh mikrotrans Jak Lingko memiliki kondisi yang baik serta memiliki fasilitas penunjang pelayanan yang baik selama masa pandemi covid-19”.

Armada dari mikrotrans Jak Lingko sendiri memang dapat dikatakan memiliki kondisi yang selalu dijaga terlebih pada saat pandemi, ditambah lagi penambahan fasilitas penunjang seperti penyanitasi tangan. Pramudi yang menerapkan protokol kesehatan dapat dikatakan juga ikut andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Responden sendiri rerata banyak yang membrikan tanggapan setuju pada butir pernyataan “Pengemudi sarana transportasi umum mikrotrans Jak Lingko menerapkan protokol kesehatan”. Dengan bukti fisik yang telah diberikan oleh mikrotrans Jak Lingko tersebut, dapat dikatakan jika pelanggan merasa puas atas upaya yang telah diberikan mikrotrans Jak Lingko dalam pencegahan penularan virus covid-19.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian oleh Ovidani dan Hidajat (2020), Adiguna, dkk (2020), dan Supriyadi, dkk (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Didasari oleh hasil analisis data serta uraian pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa, harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah

Jakarta Pusat, dengan nilai *original sample* yang menggambarkan hubungan kedua variabel sebesar 0,421. Dimana dari penelitian ini ditemukan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, serta kesesuaian harga dengan manfaat jasa merupakan indikator-indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat.

Selain itu hasil penelitian menunjukkan jika kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat, dengan *nilai original sample* yang menggambarkan hubungan kedua variabel 0,165. Tidak berpengaruhnya variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dimungkinkan akibat dari situasi pandemi covid-19 yang sedang terjadi saat ini.

Hasil penelitian juga menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat, dengan nilai *original sample* yang menggambarkan hubungan kedua variabel sebesar 0,354. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa kualitas layanan terkait dengan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dalam pelayanan serta bukti fisik yang diberikan oleh mikrotrans Jak Lingko di wilayah Jakarta Pusat, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan, pertama peneliti menyarankan agar mikrotrans Jak Lingko dapat membuat strategi terkait dengan kepercayaan konsumen, hal ini didasari hasil penelitian yang menunjukkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya peneliti menyarankan agar mikrotrans Jak Lingko harus terus berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Dimana kualitas layanan seperti halnya terkait dengan pelayanan petugas, serta juga kesediaan dan kondisi armada perlu dipertahankan kualitasnya atau bahkan lebih ditingkatkan. Sementara itu terkait dengan

penetapan harga, dimana dari hasil penelitian penetapan harga yang saat ini ditetapkan oleh mikrotrans jak lingko sudah baik, maka dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, Y., Wijaya, R. N., Kurniawan, L. J., & Budiman, T. (2020). Analysis of Trust Level, Customer Value and Service Quality towards Customer Satisfaction Online Transportation (GO-JEK) in The New Normal Pandemic COVID 19. *Advances In Transportation and Logistic Research*, 46–53. Jakarta: Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta - Indonesia. Retrieved from <http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/altr>
- Andrianto, F. (2020). Foto: Mikrotrans Jak Lingko Kembali Beroperasi Terapkan Protokol Kesehatan. *Kumparan.Com*. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparannews/foto-mikrotrans-jak-lingko-kembali-beroperasi-terapkan-protokol-kesehatan-1tjTN6fcYoN/full>
- Bismo, A., Sarjono, H., & Ferian, A. (2018). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Study of Grabcar Services in Jakarta. *Pertanika Journal Social Sciences & Humanities*, 26, 33–48.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management, Global Edition* (15. ed). Harlow: Pearson Education.
- Lova, C. (2020). Ini Protokol bagi Penumpang Bus Transjakarta selama Masa PSBB Transisi. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/06/14455951/ini-protokol-bagi-penumpang-bus-transjakarta-selama-masa-psbb-transisi?page=all>
- Mat, A., Bahry, N. S., Kori, N. L., Munir, Z. A., & Daud, N. M. (2019). The Influence of Service Quality and Passenger Ssatisfaction towards Electric Train Services (ETS): A PLS-SEM Approach. *Foundations of Management*, 11(1), 57–64. <https://doi.org/10.2478/fman-2019-0005>
- Nguyen, X. P. (2019). The Bus Transportation Issue and People Satisfaction with Public Transport In Ho Chi Minh City. *Journal of Mechanical Engineering Research & Developments (JMERC) DOI*, 42(1), 10–16. <https://doi.org/10.26480/jmerd.01.2019.10.16>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ovidani, Z., & Hidajat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Dafam

- Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167–174.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price , service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 240–264.
- Prabantari, B. V. K. (2020). Analisis hubungan Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. *Jurnal Transaksi Vol.*, 12(1), 25–39.
- Priansa, D. . (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putsanra, D. V. (2020, April 13). Arti PSBB yang Dibuat untuk Cegah Penyebaran Corona di Indonesia. *Tirto.Id*. Retrieved from <https://tirto.id/arti-psbb-yang-dibuat-untuk-cegah-penyebaran-corona-di-indonesia-eMXT>
- Qur'ani, H. (2020, April 15). Pembatasan Penggunaan Transportasi Umum dan Pribadi Selama PSBB. *Hukumonline.Com*. Retrieved from <https://jurnal.hukumonline.com/berita/baca/1t5e9675d246b26/pembatasan-penggunaan-transportasi-umum-dan-pribadi-selama-psbb?page=all>
- Radityasani, M. (2020, January 12). Perbedaan Jak Lingko dengan Angkot Biasa, dari Ngetem sampai Ongkos. *Otomotif.Kompas.Com*. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2020/01/12/170100315/perbedaan-jak-lingko-dengan-angkot-biasa-dari-ngetem-sampai-ongkos?page=all>
- Ravel, S. (2020). Aturan Jaga Jarak Penumpang di Angkot Mikrotrans. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2020/07/03/110200215/aturan-jaga-jarak-penumpang-di-angkot-mikrotrans>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior : Global edition* (11th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjanah. (2017). *Model Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS* (2nd ed.). Malang: UB Press.
- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323–335.
- Supriyadi, D., Manggabari, A. S., & Nastiti, H. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Umum Jak Lingko di Jakarta Selatan. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1089–1102. Jakarta: Fakultas Ekonomidan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Service Marketing* (3rd ed.). Harlow: Pearson Education.