JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

LOYALITAS PELANGGAN *COMMUTER LINE* STASIUN SUDIMARA KOTA TANGERANG SELATAN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS YANG DI MEDIASI OLEH VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

CUSTOMER LOYALTY OF COMMUTER LINE AT SUDIMARA STATION, SOUTH TANGERANG CITY INFLUENCED BY SERVICE QUALITY AND FACILITIES MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION VARIABLE

Anisa Rahmawati[1], Syafieq Fahlevi Almassawa[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email : anisarhmwt89@gmail.com[1], dosen01855@unpam.ac.id[2]*

Article Info

Article history :
Received : 20-03-2025
Revised : 22-03-2025
Accepted : 24-03-2025
Published : 26-03-2025

Abstract

This research aims to determine the Customer Loyalty of the Commuter Line Sudimara Station in South Tangerang City, which is influenced by Service Quality and Facilities, mediated by the Customer Satisfaction variable. In this study, the author uses a quantitative research method with a descriptive associative approach. The sampling technique uses simple random sampling. This study uses Roa Purba with a margin of error of 5% with a total of 384 samples. The data obtained were analyzed using the Partial Least Square Structural Equation Modeling technique (SmartPLS). The results of this quantitative research show that 7 hypotheses were accepted. The research results show that Service Quality (X1) has a significant effect on customer satisfaction with a path coefficient value of 0.317 and an f-square value of 0.108 with a significance of 0.000. Facilities (X2) have a significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0.335 and an f-square value of 0.021 with a significance of 0.000. Service Quality (X1) has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.260 and an f-square value of 0.074 with a significance of 0.005. Facilities (X2) have a significant effect on customer loyalty with a path coeffisien of 0.287 and an f- square value of 0.089 with a significance of 0.002. Customer satisfaction (Y) has a significant influence on customer loyalty with a path coefficient of 0.223 and an f-square value of 0.056 with a significance of 0.012. Service Quality through customer satisfaction significantly affects customer loyalty with a path coefficient of 0.071 and an upsilon V value of 0.005 with a significance of 0.023. Facilities through customer satisfaction significantly influence customer loyalty with a path coefficient value of 0.075 and an upsilon V value of 0.004 with a significance of 0.028.

Keywords: Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction

Abstrak

Stasiun Sudimara Kota Tangerang Selatan Yang Di Pengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Yang Di Mediasi Oleh Variabel Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang bersifat asosiatif. Teknik sampling yang digunakan

adalah *Simple Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan Roa Purba dengan Margin of error 5% sebanyak 384 sampel. Data diperoleh dianalisis dengan menggunakan Teknik *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (*Smart*PLS). Hasil penelitian kuantitatif ini menunjukkan dari 7 hipotesis diterima,. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,317 dan nilai f *square* sebesar 0,108 dengan signifikansi 0,000. Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,335 dan nilai f *square* sebesar 0,021 dengan signifikansi 0,000. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur 0,260 dan nilai f *square* sebesar 0,074 dengan signifikansi 0,005. Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,287 dan nilai f *square* sebesar 0,089 dengan signifikansi 0,002. Kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,223 dan nilai f *square* sebesar 0,056 dengan signifikansi 0,012. Kualitas Pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur 0,071 dan nilai upsilon V sebesar 0,005 dengan signifikansi 0,023. Fasilitas melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,075 dan nilai upsilon V sebesar 0,004 dengan signifikansi 0,028

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Beberapa hal yang penting yang dapat di lihat membedakan Stasiun Sudimara dari stasiun lainnya untuk membuat kategorinya, contohnya pada lokasi geografis, Stasiun Sudimara berada di daerah Tangerang Selatan. Ini adalah bagian dari jalur *commuter line* yang menghubungkan Jakarta dan daerah sekitarnya. Dan untuk stasiun lainnya, banyak Stasiun lain di Jabodetabek yang memiliki lokasi yang berbeda. Misalnya, Stasiun Tanah Abang berada di Jakarta atau Stasiun Serpong berada di dekat pusat kota Tangerang Selatan. Kapasitas dan Fasilitas yang di berikan Stasiun Sudimara memiliki fasilitas yang standar seperti loket, ruang tunggu, dan akses menuju transportasi umum lain seperti angkot dan bis. Namun untuk Stasiun besar lainnya seperti Stasiun Jakarta Kota atau Stasiun Bogor mungkin memiliki fasilitas lebih lengkap, seperti parkir lebih luas, terminal bis, dan fasilitas untuk disabilitas. Lalu klasifikasi pada Stasiun sudimara menjadi Stasiun menengah dengan pelayanan *commuter line*, lebih fokus pada penumpang harian dari Tangerang ke Jakarta, dengan fasilitas dan kapasitas yang lebih terbatas. Namun untuk Stasiun lainnya digolongkan ke dalam stasiun besar dengan kapasitas tinggi, fasilitas lebih lengkap, dan sering terintegrasi dengan transportasi lain seperti Tanah Abang dan Manggarai.

Dari 446.981 orang menggunakan *Commuter Line* sebagai transportasi Jabodetabek. Menurut pengamatan yang dilakukan dibeberapa stasiun keberangkatan hingga pukul 15.00 WIB. Pada stasiun Bogor dengan jumlah 29.485 pengguna, Stasiun Bojonggede dengan 24.669 pengguna, Stasiun Citayam dengan 25.648 pengguna, Stasiun Bekasi dengan 23.918 pengguna, Stasiun Sudimara dengan 13.839 pengguna, dan Stasiun Tangerang dengan 12.172 pengguna. Perusahaan Kereta Api harus mengetahu apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas penumpang kereta dalam menikmati perjalanan. Loyalitas ini didasari oleh adanya kepuasan penumpang yang membuat penumpang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, memberikan fasilitas yang baik menciptakan kepuasan pada penumpang. Penumpang yang merasa puas akan melalukan perjalanan menggunakan kereta secara berulang-ulang. Untuk mengetahui semua faktor tersebut penulis melakukan pra survei kepada para penumpang yang berada di stasiun Sudimara dan telah mendapatkan hasil dari 30 responden di stasiun Sudimara

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 1.1
Hasil Kuisioner Pra Survei Loyalitas Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase	
1	Apakah anda menggunakan *CommuterLine* sebagai transportasi secara berulang?	18	60%	12	40%	30
2	Apakah anda merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk menggunakan *CommuterLine* sebagai Transportasi?	12	40%	18	60%	30
3	Apakah anda tertarik untuk menggunakan transportasi selain *CommuterLine?*	4	13,3%	26	86,7%	30

Sumber: Pra-Survei Penulis di Stasiun Sudimara, Januari 2024

Pada tabel 1.1 menjelaskan fenomena yang terjadi pada penumpang *commuterline* di Stasiun Sudimara, Tangerang Selatan. Dari hasil pra-survei loyalitas konsumen dengan jumlah 30 reponden, Menyatakan bahwa 18 orang melakukan perjalanan di stasiun Sudimara secara berulang yang artinya para penumpang menggunakan transportasi ini untuk melakukan perjalanan ke arah yang ingin dituju oleh penumpang. Walaupun demikian, sebanyak 12 orang tidak merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan *commuterline* sebagai transportasi, hal ini dikarnakan sudah banyak alat transportasi yang menurut mereka lebih praktis dan efisien untuk digunakan. Hasil itu di perkuat lagi sebanyak 26 orang memilih untuk menggunakan transportasi lain daripada menggunakan *commuterline*, hal ini dikarnakan padatnya masyarakat yang menggunakan kereta dikarnakan jarak tempat tinggal dan tempat bekerja berjauhan, peristiwa tersebut membuat penumpang lain berfikir lebih memilih untuk menggunakan transportasi lain.

Pra survei juga dilakukan terhadap variabel kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi dasar pertimbangan pelanggan saat membeli sesuatu. Dengan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan akan membuat konsumen menjadi senang dan akan lebih tertarik untuk membeli lagi atau menggunakan kembali. Berikut merupakan hasil dari pra survei terhadap variabel kualitas pelayanan yang dilakukan peneliti berjumlah 30 responden di stasiun sudimara:

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 1.2
Hasil Kuisioner Pra Survei Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase	
1	Apakah petugas di stasiun Sudimara menyampaikan informasi secara jelas?	25	83,3%	5	16,7%	30
2	Apakah petugas di stasiun Sudimara bersedia membantu penumpang yang kesulitan dalam mencari rute yang dituju?	17	56,7%	13	43,3%	30
3	Apakah petugas di stasiun Sudimar menjamin keamanan para Penumpangnya?	19	63,3%	11	36,7%	30
4	Apakah petugas memperhatikan kebutuhan penumpang.(memberikan jalan prioritas bagi lansia, ibu hamil, difabel)?	21	70%	9	30%	30
5	Apakah petugas di stasiun Sudimara bepenampilan sopan dan rapi?	21	70%	9	30%	30

Sumber: Pra-Survei Penulis di Stasiun Sudimara, Januari 2024

Pada tabel 1.2 menjelaskan fenomena yang terjadi pada penumpang *commuterline* di Stasiun Sudimara, Tangerang Selatan bahwa 20 orang mengatakan bahwa petugas membantu para penumpang yang kesulitan dalam mencari rute dan 21 orang lain setuju bahwa petugas stasiun juga sigap memberikan jalan prioritas bagi penumpang yang membutuhkan. Walaupun demikian, 17 orang merasa bahwa petugas menyampaikan informasi dengan kurang jelas saat pemberitahuan atau pada saat bertanya kepada petugas

Tahap pra survei selanjutnya juga dilakukan terhadap variabel fasilitas. Untuk membuat kesan pertama tentang sebuah tempat, fasilitas sangat penting. Fasilitas yang ideal akan membuat penumpang merasa puas, sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat penumpang kurang puas karena selain tempat, fasilitas juga merupakan bagian penting dari suatu tempat tersebut. Berikut merupakan hasil dari pra survei terhadap variabel fasilitas yang dilakukan peneliti berjumlah 30 responden di stasiun sudimara

Tabel 1.3
Hasil Kuisioner Pra Survei Fasilitas

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase	
1	Apakah ketersediaan lahan parkir yang memadai?	8	26,7%	22	73,3%	30
2	Apakah tersedia papan informasi rute perjalanan *Commuterline?*	16	53,3%	14	46,7%	30
3	Apakah ketersediaan toilet yang bersih?	8	26,7%	22	73,3%	30

Sumber: Pra-Survei Penulis di Stasiun Sudimara, Januari 2024

Pada tabel 1.3 menjelaskan fenomena bahwa sebanyak 16 orang mengatakan banyaknya papan informasi yang diberikan di stasiun Sudimara ini tentu membantu bagi para penumpang yang

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

merasa bingung pada saat ingin melakukan perjalanan, hal ini yang membuat para penumpang merasa terbantu. Kemudian sebanyak 8 orang mengeluhkan kondisi toilet yang kotor pada stasiun Sudimara, ini membuat para penumpang merasa tidak nyaman dan memilih untuk menunggu stasiun selanjutnya untuk menggunakan toilet. Hal ini sangat berdampak untuk stasiun Sudimara. Karna kebersihan harus dipertimbangkan karna sangat berhubungan dengan penumpang secara langsung Penyebab lain yang berpengaruh selanjutnya adalah kepuasan penumpang. Kepuasan yang baik akan menimbulkan dampak yang positif bagi pihak stasiun dan para penumpang *commuterline*, pihak stasiun juga harus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan bagi penumpang

Penyebab lain yang berpengaruh selanjutnya adalah kepuasan penumpang. Kepuasan yang baik akan menimbulkan dampak yang positif bagi pihak stasiun dan para penumpang *commuterline*, pihak stasiun juga harus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan bagi penumpang. Berikut merupakan hasil dari pra survei terhadap variabel fasilitas yang dilakukan peneliti berjumlah 30 responden di stasiun sudimara

Tabel 1.4
Hasil Kuisioner Pra Survei Kepuasan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase	
1	Apakah *Commuterline* selalu tiba tepat waktu sesuai yang dijadwalkan?	13	43,3%	17	56,7%	30
2	Apakah petugas memberikan pelayanan yang diharapkan Penumpang?	12	40%	18	60%	30
3	Apakah petugas menggunakan bahasa yang sopan, ramah, dan dapat dimengerti?	17	56,7%	13	43,3%	30
4	Apakah harga yang diberikan terjangkau?	27	90%	3	10%	30
5	Apakah stasiun Sudimara dapat diakses secara mudah dengan kendaraan umum?	17	56,7%	13	43,3%	30

Sumber: Pra-Survei Penulis di Stasiun Sudimara, Januari 2024

Pada tabel 1.4 menjelaskan fenomena bahwa sebanyak 27 orang menyatakan mereka merasa puas dengan harga kereta yang lebih murah dari pada transportasi lainnya. Hal ini yang membuat 90% responden setuju dengan harga kereta yang lebih terjangkau, sedangkan 17 orang menyatakan bahwa banyaknya kendaraan umum lain yang berada di depan stasiun menghambat mereka untuk sampai lebih cepat. Banyak dari mereka yang memilih untuk jalan kaki sedikit untuk sampai ke stasiun. Peristiwa ini harus ditangani oleh pihak stasiun agar mengevaluasi agar tidak terjadi penumpukan yang dapat membuat penumpang merasa tidak puas.

Berdasarkan uraian masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Stasiun Sudimara, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang. Peneliti berharap penelitian ini menjadi salah satu masukan yang dapat di ambil agar bisa memaksimalkan kepuasan bagi para penumpangnya dari segi kualitas dan fasilitas

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

METODE PENELITIAN

1. Tahapan Analisis PLS

a. Estimasi Model Dalam PLS-SEM

Menurut Haryono (2016:381) pendugaan parameter dalam PLS meliputi tiga tahap, yaitu : (1) menciptakan skor variabel laten dari weight *estimate*, (2) menaksir koefisien jalur (*path cofficient)* yang menghubungkan antar variabel laten dan menaksir *loading factor (*koefisien model pengukuran) yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya, dan (3) menaksir parameter lokasi. Analisis pada tahap ini berupa algoritma PLS yang berisi prosedur literasi yang menghasilkan skor variabel laten. Setelah diketemukan skor variabel laten, maka analisis tahap selanjutnya dilakukan

b. Evaluasi Model Dalam PLS-SEM

Evaluasi model dalam PLS terdiri dari dua tahap, yaitu evaluasi *outer model* atau model. Pengukuran (*measurement model)* dan evaluasi *inner model* atau model struktural (*structural measurement)*. Evaluasi terhadap model pengukuran dikelompokkan menjadi evaluasi terhadap model reflektif dan formatif.

c. Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

1) Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi terhadap model indikator reflektif meliputi pemeriksaan : (1) *individual item reliability,* (2) *internal sonsistency,* atau *construct reliability,* dan (3) *average variance extracted* dan (4) *discriminant validity.* Ketiga pengukuran pertama dikategorikan ke dalam *Convergent validity*. *Convergent validity* mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Dalam evaluasi *Convergent validity* dari pemeriksaan *individual item reliability,* dapat dilihat dari nilai *standardized loading factor*. *Standardized loading factor* menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstruknya. Nilai *loading factor* = 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut *valid* mengukur konstruk yang dibentuknya

2) Evaluasi Modal Pengukuran Formatif

Pengujian validitas yang biasa dipakai dalam metode klasik tidak bisa dipakai untuk model pengukuran formatif, sehingga konsep reliabilitas (*internal cinsistency*) dan *construct validity* (seperti *Convergent validity* dan *discriminant validity*) tidak memiliki arti ketika model pengukuran bersifat formatif. Dalam hubungan model pengukuran yang bersifat formatif, reliabilitas konstruk menjadi tidak relevan lagi dalam menguji kualitas pengukuran

d. Evaluasi *Inner* Model (Model Struktural)

Setelah mengevaluasi model pengukuran konstruk/variabel, tahap selanjutnya adalah menevaluasi model struktural atau *outer model*. Langkah *pertama* adalah mengevaluasi model struktural dengan cara melihat signifikansi hubungan antar konstruk/variabel. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur (*path coeficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Tanda atau arah dalam jalur (*path coefficient*) harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan, signifikansinya dapat dilihat pada *t test* atau C.R (*critical ratio*) yang diperoleh dari proses *bootstrapping* atau *resampling method*

e. Kriteria Penilaian Dalam PLS-SEM

Model hubungan variable laten dalam PLS terdiri dari tiga jenis ukuran, yaitu: (1) *inner model* yang menspesifikasikan hubungan antar variable laten berdasarkan *substantive theory,* (2) *outer model* yang menspesifikasi hubungan antar variable laten dengan

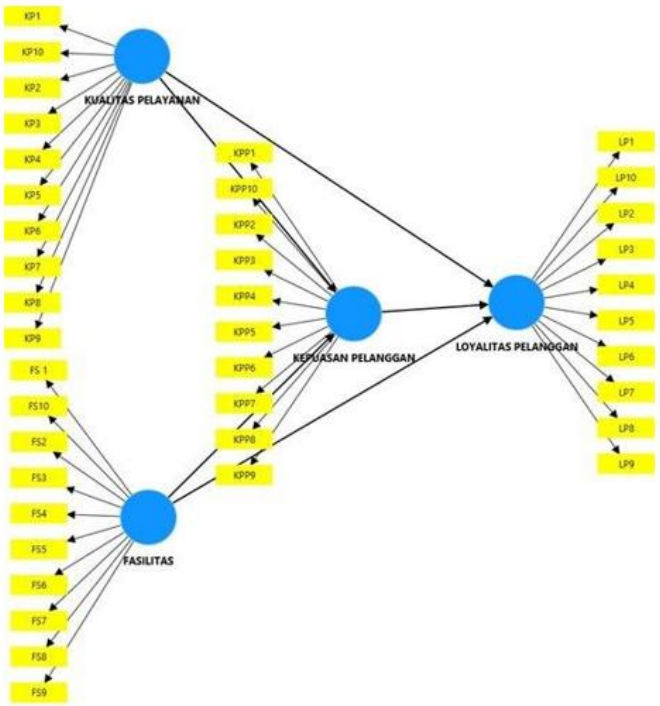
JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

indikator atau variable *manifest*-ntya (disebut *measurement model*). *Outer model* sering disebut *outer relation* yang mendefinisikan bagaimana setiap *blok indicator* berhubungan dengan variable laten yang dibentuknya, dan (3) *weight relation*, yaitu estimasi nilai dari variable *laten.* Dalam PLS, model hubungan dapat diasumsikan bahwa variable laten dan indikator atau manifes variable di skala *zero means* dan unit *variance* (nilai *standardized*) sehingga parameter lokasi (konstanta) dapat dihilangkan dalam model tanpa mempengaruhi nilai generalisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Antara Variabel dan Model

Dalam bab ini, data dan diskusi akan dipelajari menggunakan perhitungan *Partial Least Square* (PLS). Analisis yang dilakukan terdiri dari evaluasi hasil pengukuran (*outer model)* dan evaluasi model struktual (*inner model).* Untuk mengevaluasi validitas dan reabilitas indikator-indikator yang menghitung variabel laten. Pada sebuah penelitian, besaran beban luar setiap indikator terhadap variabel latennya. Penelitian ini menggunakan *Smart*PLS 0.4 untuk memastikan bawa mereka telah melewati proses *screening* dan mencegah kuisioner yang isiannya tidak sesuai dengan metode pengukuran yang telah ditentukan. Bagian ini akan menyajikan analisis masing-masing variabel untuk berbagai interpretasi data yang telah diolah sebelumnya, yaitu analisis dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Kepuasan Pelanggan (Y), Loyalitas Pelanggan (Z).



Gambar 4.2
***Smart*PLS 4.0**

2. Outer Model atau Measurement Model

Loading factor menunjukan sejauh mana suatu konstruk dianggap *valid*, yang mengindikasikan besarnya kontribusi indikator terhadap variabel laten yang diukur. Indikator dengan nilai *loading factor* > 0,7 dianggap *valid* (Hair *et al.*, 2021).

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

*Average variance extracted (*AVE) menggambarkan sejauh mana variasi dari variabel manifes yang terkait konstruk laten, nilai standar 0,5 menunjukan bahwa *Convergent validity* tergolong baik yang berarti rata-rata varian indikator melebihi nilai tersebut. Menurut Haryono (2017), nilai standar AVE untuk suatu variabel sebaiknya lebih 0,50. Hal senada juga disarankan oleh Arkam (2020), yang menyatakan bahwa nilai AVE yang ideal harus di atas 0,50. Sementara itu menurut Fornell dan Larcker (1981), "jika AVE kurang dari 0,5 tetapi reliaabilitas komposit lebih dari 0,6 validitas konvergen konstruk tetap dapat diterima. Hasil analisis data penelitian menunjukan bahwa semua variabel memiliki validitas konstruk yang baik. Dalam penelitian ini, digunakan batasan 0,7 sehingga indikator dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dianggap valid. Berikut adalah hasil uji validitas yang telah dilakukan

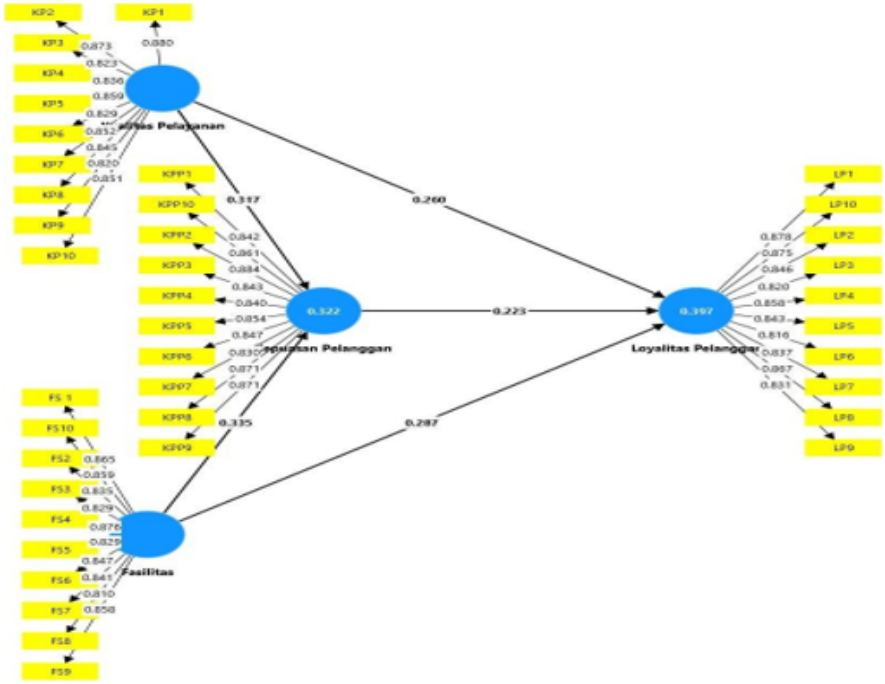
Tabel 4.8
Hasil Uji *Convergent validity*

Variabel	Item	Nilai *Outer loading*	Batasan Nilai *Outer loading*	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	KP.1	0,880	0,7	Valid
	KP.2	0,873	0,7	Valid
	KP.3	0,823	0,7	Valid
	KP.4	0,836	0,7	Valid
	KP.5	0,859	0,7	Valid
	KP.6	0,829	0,7	Valid
	KP.7	0,852	0,7	Valid
	KP.8	0,845	0,7	Valid
	KP.9	0,820	0,7	Valid
	KP.10	0,851	0,7	Valid
Fasilitas (X2)	FS.1	0,865	0,7	Valid
	FS.2	0,835	0,7	Valid
	FS.3	0,829	0,7	Valid
	FS.4	0,876	0,7	Valid
	FS.5	0,829	0,7	Valid
	FS.6	0,847	0,7	Valid
	FS.7	0,841	0,7	Valid
	FS.8	0,810	0,7	Valid

Variabel	Item	Nilai *Outer loading*	Batasan Nilai *Outer loading*	Keputusan
	FS.9	0,885	0,7	Valid
	FS.10	0,859	0,7	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	KPP.1	0,842	0,7	Valid
	KPP.2	0,884	0,7	Valid
	KPP.3	0,843	0,7	Valid
	KPP.4	0,840	0,7	Valid
	KPP.5	0,854	0,7	Valid
	KPP.6	0,847	0,7	Valid
	KPP.7	0,830	0,7	Valid
	KPP.8	0,871	0,7	Valid
	KPP.9	0,871	0,7	Valid
	KPP.10	0,861	0,7	Valid
Loyalitas Pelanggan (Z)	LP.1	0,878	0,7	Valid
	LP.2	0,846	0,7	Valid
	LP.3	0,820	0,7	Valid
	LP.4	0,858	0,7	Valid
	LP.5	0,843	0,7	Valid
	LP.6	0,816	0,7	Valid
	LP.7	0,837	0,7	Valid
	LP.8	0,867	0,7	Valid
	LP.9	0,831	0,7	Valid
	LP.10	0,875	0,7	Valid

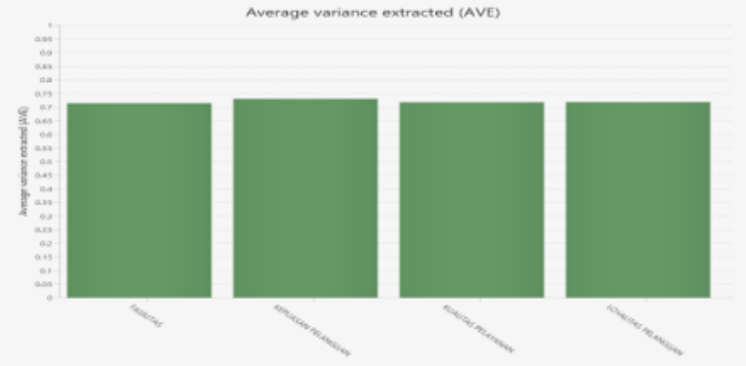
Sumber: data diolah dengan *Smart*PLS, 2024

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824



Gambar 4.3
Outer loading

Berdasarkan pengujian validitas *Convergent validity*, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dari masing-masing variabel persepsi Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Loyalitas Pelanggan (Z) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai AVE diatas 0,5 maka dikatakan valid



Gambar 4.4
***Average variance extracted* (AVE)**

Validitas diskriminan diukur dengan menghitung nilai cross-loading setiap indikator. Sesuai dengan kriteria *Fornell-Larcker*, akar kuadrat dari *Avarage Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk harus lebih besar dibandingka dengan korelasi antar konstruk

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 4.9
Fornell Larckel

	FS (X2)	KPP (Y)	KP (X1)	LP (Z)
FS (X1)	0,845			
KPP (Y)	0,499	0,855		
KP (X1)	0,518	0,490	0,847	
LP (Z)	0,533	0,494	0,518	0,847

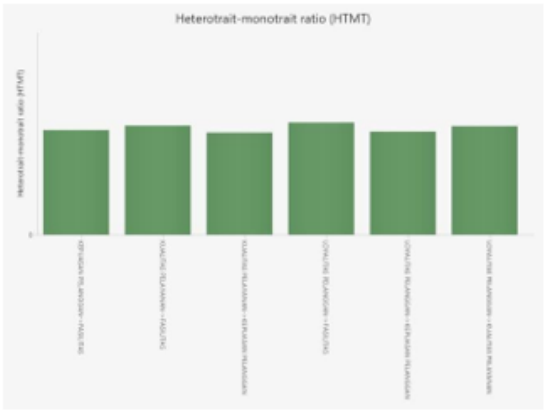
Sumber: data diolah dengan *Smart*PLS, 2024

Nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel laten yang lebih tinggi daripada nilai korelasi antar variabel laten menunjukkan bahwa instrumen atau kuisioner yang disusun memiliki validitas diskriminan yang baik menurut pendekatan *Fornell-Larcker*

Tabel 4.10
***Heterotrain Monotrait Ration* (HTMT)**

	FS (X2)	KPP (Y)	KP (X1)	LP (Z)
FS (X2)				
KPP (Y)	0,519			
KP (X1)	0,541	0,506		
LP (Z)	0,556	0,511	0,538	

Sumber: data diolah dengan SmartPLR, 2024



Gambar 4.5
(HTMT)

Hair *et.,al* (2019) merekomendasikan penggunaan HTMT kartna ukuran validitas diskriminan ini dianggap lebih sensitif dan akurat dalam mendeteksi validitas diskriminan. Nilai HTMT yang direkomendasikan adalah dibawah 0,90. Jika hasil pengujian menunjukan nilai HTMT dibawah 0,90. Jika hasil pengujian menunjukan nilai HTMT dibawah 0,90 untuk setiap pasangan variabel, maka validitas diskriminasi tercapai. Variabel berbagi variasi dengan item pada variabel lainnya. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan terpenuhi

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

3. CROSS LOADING

Tabel 4.11
Cross Loading

	FS	KPP	KP	LP
FS 1	0,865	0,424	0,419	0,442
FS 10	0,859	0,421	0,443	0,478
FS 2	0,835	0,436	0,453	0,449
FS 3	0,829	0,423	0,407	0,426
FS 4	0,876	0,444	0,468	0,484
FS 5	0,829	0,392	0,425	0,430
FS 6	0,847	0,440	0,451	0,446
FS 7	0,841	0,415	0,430	0,464
FS 8	0,810	0,406	0,436	0,441
FS 9	0,858	0,409	0,443	0,438
KP 1	0,417	0,405	0,880	0,417
KP 10	0,447	0,379	0,851	0,413
KP 2	0,484	0,450	0,873	0,480
KP 3	0,429	0,375	0,823	0,395
KP 4	0,389	0,388	0,836	0,425
KP 5	0,455	0,456	0,859	0,482
KP 6	0,400	0,407	0,829	0,417
KP 7	0,477	0,428	0,852	0,446
KP 8	0,481	0,435	0,845	0,460
KP 9	0,398	0,414	0,820	0,436
KPP 1	0,403	0,842	0,345	0,367
KPP 10	0,398	0,861	0,391	0,402
KPP 2	0,456	0,884	0,465	0,446
KPP 3	0,426	0,843	0,425	0,417
KPP 4	0,415	0,840	0,366	0,401
KPP 5	0,424	0,854	0,428	0,409
KPP 6	0,438	0,847	0,471	0,459
KPP 7	0,373	0,830	0,359	0,369
KPP 8	0,434	0,871	0,442	0,460
KPP 9	0,478	0,871	0,467	0,464
LP 1	0,445	0,443	0,463	0,878
LP 10	0,436	0,442	0,439	0,875
LP 2	0,500	0,439	0,476	0,846
LP 3	0,435	0,435	0,386	0,820
LP 4	0,419	0,439	0,442	0,858
LP 5	0,468	0,416	0,471	0,843
LP 6	0,435	0,392	0,403	0,816
LP 7	0,432	0,381	0,409	0,837
LP 8	0,477	0,433	0,457	0,867
LP 9	0,460	0,439	0,428	0,831

Sumber: diolah menggunakan SmartPLS, 2024

Pengujian *cross loading* dilakukan dengan membandingkan nilai *loading* indikator terhadap variabel laten utamannya dengan nilai loading indikator terhadap variabel laten lainnya. Dalam pengujian ini, diharapkan nilai *loading* indikator terhadap variabel laten utamanya lebih tinggi daripada nilai *loading* indikator terhadap variabel laten lainnya, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Kesimpulannya adalah bahwa nilai *loading* setiap indikator terhadap variabel latennya lebih tinggi daripada nilai *loading* setiap indikator terhadap variabel laternya.

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 3, Maret 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 4.13
Hasil Nilai *F Square*

	KPP (Y)	LP (Z)
FS (X2)	0,121	0,089
KPP (Y)		0,056
KP (X1)	0,108	0,074
LP (Z)		

Sumber: diolah menggunakan SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diketahui berdasarkan tabel F *square* yang efek size kecil dengan kriteria F *square* 0,02, hal ini sesuai dengan penjelasan (Kurniawan,2011). Sedangkan untuk efek pengaruh termasuk besar

Tabel 4.14
Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
FS (X2)-> KPP (Y)	0.335	0.337	0.072	4,622	0.000
FS (X2)->	0.287	0.286	0.093	3,099	0.002
LP (Z)					
KPP (X2)-> LP (Z)	0.223	0.226	0.089	2,515	0.012
KP (X1)-> KPP (Y)	0.317	0.316	0.074	4,297	0.000
KP (X1)-> LP (Z)	0.260	0.261	0.093	2,807	0.005

Sumber: diolah menggunakan SmartPLS, 2024

Effect size mediasi *Smart*PLS 3 dan 4 belum mengeluarkan *output* pengaruh mediasi secara otomatis. Namun, nilai F *Square* digunakan untuk mengevaluasi pengaruh ukuran langsung variabel dalam level struktural. Hasil ukuran efek mediasi penting untuk dilaporkan dalam penelitian, jadi dapat dihitung secara manual. Telah dikembangkan beberapa ukuran *effect size* uji mediasi namun kemudian merujuk pada Ogbeibu *et.,al* (2020) dan Lachowiz *et.,al* (2018). Statistik upsilon (v) yaitu *efek size* variabel mediasi menunjukan seberapa besar pengaruh variabel mediasi pada level struktural. Interpretasi nilai statistik efek mediasi upsilon (V) yaitu 0,175 (pengaruh mediasi tinggi), 0,075 (pengaruh mediasi medium), dan 0,01 (pengaruh mediasi rendah) Menurut Ogbeibu *et.,al* (2020).

Tabel 4.15
Uji Hipotesis Pengaruh Mediasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
FS (X2)-> KPP (Y)-> LP (Z)	0.075	0.075	0.034	2,195	0.028
KP (X1)-> KPP (Y)-> LP (Z)	0.071	0.070	0.031	2,276	0.023

Sumber: Data diolah dengan *Smart*PLS, 2024

1. Hipotesis ke enam (H6) diterima yaitu adnya pengaruh signifikan dimana kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi yaitu memediasi pengaruh tidak langsung fasilitas terhadap loyalitas pelayanan dengan *path coefficient* (0,075) dan P-Value (0,000 < 0,05), demikian dalam level struktural peran mediasi kepuasan pelanggan pengaruh mediasi tinggi (upsilon v = 0,004), Ogbeibu et., al

(2020). Dalam selang kepercayaan 95% dengan ,meningkatkan perbaikan kepuasan pelayanan maka peran mediasi ini akan meningkat hingga (0,149)

2. Hipotesis ke tujuh (7) diterima yaitu adanya pengaruh signifikan dimana kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yaitu memediasi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelayanan dengan *path coefficient* (0,071) dan P-Value (0,004 < 0,05), demikian dalam level struktural peran mediasi kepuasan pelanggan ini tergolong pengaruh mediasi rendah (upsilon v = 0,005), Ogbeibu *et., al* (2020). Dalam selang kepercayaan 95% dengan meningkatkan perbaikan kepuasan pelanggan maka peran mediasi ini akan meningkat hingga (0,138).

Tabel 4.16
R *Square* dan Q *Square*

	R *Square*	Q *Square*
Kepuasan Pelanggan	**0,322**	**0,308**
Loyalitas Pelanggan	**0,397**	**0,349**

Sumber: Data diolah menggunakan *SmartPLS*, 2024

Berdasarkan tabel 4.17 Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh pengaruh bersama kualitas pelayanan dan fasilitas sebesar 32,2% (pengaruh rendah), dan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh pengaruh bersama kulitas pelayanan dan fasilitas sebesar 39,7% (pengaruh moderat)

Tabel 4.17
SRMR

	Taksiran Model
SRMR	0,037

Sumber: diolah menggunakan *Smart*PLS, 2024

Berdasarkan tabel 4.18 diatas hasil estimasi model adalah 0,037 yang berarti bahwa model mempunyai kecocokan *acceptable fit.* Data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variabel dalam model

Tabel 4.18
GoF *Index*

Rerata *community*	**Rerata *R Square***	**GoF *Index***
0,719	**0,359**	**0,508**

Sumber: diolah menggunakan *Smart*PLS, 2024

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dari hasil perhitungan di atas menunjukan nilai GoF *index* adalah 0,508 termasuk kategori GoF tinggi artinya model cocok dengan data. Data empiris mampu menjelaskan model pengukuran dengan tingkat kecocokan tinggi

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai loyalitas pelanggan *commuter line* stasiun Sudimara kota Tangerang Selatan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimediasi oleh variabel kepuasan pelanggan, penelitian ini mencapai beberapa kesimpulan berikut

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,317 dan nilai f square sebesar 0,108 dengan signifikansi 0,000
2. Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,335 dan nilai f square sebesar 0,121 dengan signifikansi 0,000

3. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,260 dan nilai f square sebesar 0,074 dengan signifikansi 0,005
4. Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,287 dan nilai f square sebesar 0,089 dengan signifikansi 0,002
5. Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,223 dan nilai f square sebesar 0,056 dengan signifikansi 0,012
6. Kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur 0,071 dan nilai upsilon V sebesar 0,005 dengan signifikan 0,023
7. Fasilitas melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur yaitu 0,075 dan nilai upsilon V sebesar 0,004 dengan signifikansi 0,028

DAFTAR PUSTAKA

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.

Agung Wicaksono, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(3).

Devi Widyaningrum, I. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HOTEL LUMINOR MANGGA BESAR JAKARTA BARAT: Vol. XX*.

Esra Yuningsih L. Purba Siboro, R. T. Y. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, *19*(1), 152–162.

Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*.

G. Widyastana J., & N.N. Yulianthini. (2022). *KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TRI JAY'S SALON DAN SPA DI SINGARAJA*.

Indrasari Meithiana. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*.

Jesica Sembiring, S., Ivana Tampubolon, H., Bisnis, M., Niaga, A., Negeri Medan Administrasi Bisnis, P., & Negeri Medan, P. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA CABIN/BELLTENT THE KALDERA TOBA NOMADIC ESCAPE (TOBA SAMOSIR)*.

Kristiani Podengge, R., & Haryani. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang*. *1*, 70–89.

Masili, V., Lumanauw, B., & V.J. Tielung, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA TOKO BAHAN BANGUNAN MENTARI DI DESA SEA KECAMATAN PINELENG KABUPATEN MINAHASA. *Jurnal EMBA*, *10*, 44–55.

Murtini, A., Zamhari, & Oktalina, G. (2019). *ANALISA BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada HomeIndustry CV Melati Kota Pangkalpinang)* (Vol. 6, Issue 2). www.stie-ibek.ac.id

Nashar, H. (2020). *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*.

Putri Maulidiah, E., Survival, & Budiantono, B. (2023). *PENGARUH FASILITAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN*. *2*(3).

Rahayu, N. (2020). *IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MIX DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI TK NEGERI 2 YOGYAKARTA*. *2*(1).

Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, *1*(1), 19-26.

Rechandy, A., & Sulistiyani, C. T. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN*.

Rizaldy Insan Baihaqqy, M. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix dan Loyalitas)*. https://www.researchgate.net/publication/374004591

Rumeen, A. R., Kojo, C., Walangitan, M. B., Anastasya, O. :, Rumeen, R., Kojo, C., Walangitan, M. B., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2023). THE EFFECT OF TRAINING, COMPENSATION, AND WORKLOAD ON JOB SATISFACTION AT BANK BRI BRANCH, CENTRAL SULAWESI. *Jurnal EMBA*, *11*(1), 1231–1241.

Senduk, R. S., Morasa, J., & Tangkuman, S. (2023). THE EFFECT OF VIRAL MARKETING, FOOD QUALITY AND BRAND IMAGE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS KOKUMI MANADO. In *431 Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3).

Solihin, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, *2*(2), 129-141.

Solihin, D., & Setiyawan, Y. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah. *Journal Of Research And Publication Innovation*, *2*(4), 1709-1722.