

GENERAL TRANSPORTATION USER SATISFACTION ANALYSIS JAK LINGKO IN SOUTH JAKARTA

By Denny Supriyadi

ABSTRACT

This research is a quantitative study aimed at knowing the influence of price, service quality, and promotion to the satisfaction of public transport users Jak Lingko in South Jakarta. The population in this research is a user who has used Jak Lingko more than once, aged 15 to 50 years, with activities in South Jakarta, male and female. Sample size is taken as much as 75 respondents, with non probability sampling methods and sampling purposive. Data collection is done through the dissemination questionnaire. Analysis techniques used are analysis methods PLS (Partial Least Square) with Smart software PLS 3.0. The results of this study indicate that (1) the price has no significant effect on user satisfaction with a line coefficient value of 0.184. (2) Service quality has significant effect on user satisfaction with line coefficient value of 0.308. (3) The promotion has significant effect on user satisfaction with a line coefficient value of 0.408. R Square Value on user satisfaction of 0,617.

Keywords: price, service quality, promotion, user satisfaction

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TRANSPORTASI UMUM JAK LINGKO DI JAKARTA SELATAN

Oleh Denny Supriyadi

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tarif, kualitas layanan, dan promosi terhadap kepuasan pengguna transportasi umum Jak Lingko di Jakarta Selatan. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna yang sudah menggunakan Jak Lingko lebih dari satu kali, berumur 15 sampai 50 tahun, beraktifitas di Jakarta Selatan, laki-laki dan perempuan. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden, dengan metode *non probability sampling* dan *sampling purposive*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) tarif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,184. (2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,308. (3) promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,408. Nilai *R Square* pada kepuasan pengguna yaitu sebesar 0,617.

Kata Kunci: Tarif, Kualitas Layanan, Promosi, Kepuasan Pengguna