



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Penumpang Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran)

INFO PENULIS	INFO ARTIKEL
Dewi Intan Sephtiani ITB Ahmad Dahlan Lamongan Dewiintan94856@Gmail.Com	ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 2, Agustus 2026 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
M. Adhitya Nugraha Pratama ITB Ahmad Dahlan Lamongan	
Qudwatun Niswah ITB Ahmad Dahlan Lamongan	
Siti Musarofah ITB Ahmad Dahlan Lamongan	
Mas'adah ITB Ahmad Dahlan Lamongan	

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Sephtiani, S. D. I., Pratama, M. A. N., Niswah, Q., Musarofah, S., & Mas'adah (2026) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Penumpang Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2),2531-2537.

Abstrak

Transportasi publik memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat serta mendorong terbentuknya loyalitas pengguna melalui kualitas layanan yang baik. Loyalitas penumpang menjadi indikator keberhasilan layanan transportasi, khususnya pada layanan Trans Jatim yang masih menghadapi berbagai tantangan terkait kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas penumpang Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan pengguna layanan Trans Jatim. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4, yaitu perangkat lunak yang digunakan untuk menguji model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) serta menguji hubungan antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang, dengan kepercayaan sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, loyalitas, transportasi publik

Abstract

Public transportation plays an important role in supporting community mobility and fostering customer loyalty through high-quality services. Passenger loyalty is a key indicator of transportation service performance, particularly for Trans Jatim, which continues to face various challenges related to service quality. This study aims to analyze the influence of service quality, trust, and satisfaction on the loyalty of Trans Jatim passengers (Lamongan-Paciran Route). A descriptive quantitative research method was employed, involving 100 respondents who were users of Trans Jatim services. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that service quality, trust, and satisfaction have a positive and significant effect on passenger loyalty, with trust emerging as the most dominant factor influencing loyalty.

Keywords: service quality, trust, satisfaction, passenger loyalty, public transportation.

A. Pendahuluan

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan pada berbagai sektor jasa, seperti transportasi daring, jasa logistik, perbankan, serta transportasi kereta api. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada transportasi komersial maupun transportasi perkotaan seperti Transjakarta, LRT, dan transportasi daring sehingga karakteristik layanannya berbeda dengan transportasi publik berbasis pemerintah seperti Trans Jatim (Sangkoyo & Adiwijaya, 2024; Ricardianto et al., 2024). Selain itu, beberapa penelitian lebih banyak menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas, sementara variabel kepercayaan belum diintegrasikan secara komprehensif dalam satu model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian terdahulu belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan pada layanan Trans Jatim yang memiliki karakteristik operasional, sistem subsidi, serta segmentasi pengguna yang berbeda.

Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian mengenai loyalitas pengguna transportasi publik berbasis pemerintah di Indonesia masih relatif terbatas, khususnya yang menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas secara simultan. Penelitian Efendi et al. (2024) misalnya lebih menitikberatkan pada faktor aksesibilitas, keandalan, kenyamanan, keselamatan, dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna angkutan umum, tanpa memasukkan variabel kepercayaan sebagai determinan utama loyalitas. Oleh karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif pada konteks transportasi publik daerah.

Berdasarkan fenomena dan keterbatasan penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas penumpang Trans Jatim Koridor V Lamongan-Paciran menggunakan pendekatan PLS-SEM. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian mengenai loyalitas pengguna transportasi publik berbasis pemerintah serta memberikan rekomendasi bagi pengelola Trans Jatim dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas penumpang.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas penumpang Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran) melalui analisis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan Trans Jatim Koridor V (Terminal Lamongan-Terminal Paciran). Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti

(*unknown population*) karena tidak tersedia data resmi mengenai jumlah pengguna yang pernah menggunakan layanan tersebut selama periode penelitian. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel mengacu pada pendapat Hair et al. (2021) yang menyatakan bahwa ukuran sampel pada analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) minimal sebesar 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini menggunakan 20 indikator sehingga jumlah sampel minimum adalah 100 responden ($20 \times 5 = 100$). Jumlah tersebut telah memenuhi persyaratan minimum untuk analisis menggunakan SmartPLS.

Penelitian ini menggunakan 20 indikator, yang terdiri atas indikator kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas penumpang. Oleh karena itu, jumlah sampel minimum dihitung sebagai berikut:

$$n = \text{Jumlah indikator} \times 5$$

$$n = 20 \times 5 = 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, sehingga telah memenuhi ketentuan ukuran sampel minimum untuk analisis menggunakan SmartPLS (Hair et al., 2021).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu salah satu teknik *non-probability* sampling yang memilih responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memenuhi kriteria penelitian (Sugiyono, 2022). Adapun kriteria responden meliputi: (1) pernah menggunakan layanan Trans Jatim Koridor V (Terminal Lamongan–Terminal Paciran) minimal satu kali, (2) berusia minimal 17 tahun atau telah mampu memberikan penilaian secara mandiri terhadap kualitas layanan, serta (3) bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Teknik ini dipilih karena karakteristik populasi bersifat dinamis dan tidak memungkinkan dilakukan penarikan sampel secara *probability sampling*.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah penyusunan instrumen penelitian berdasarkan indikator masing-masing variabel yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Tahap kedua adalah penyebaran kuesioner kepada pengguna Trans Jatim Koridor V secara langsung di halte maupun di dalam bus selama periode penelitian. Tahap ketiga adalah pemeriksaan kelengkapan jawaban responden (*editing*) untuk memastikan seluruh item kuesioner telah terisi dengan lengkap. Tahap keempat adalah proses pengkodean (*coding*) dan tabulasi data ke dalam Microsoft Excel sebelum diimpor ke aplikasi SmartPLS 4. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan pendekatan PLS-SEM melalui evaluasi outer model (validitas konvergen, validitas diskriminan, Composite Reliability, Cronbach's Alpha, dan Average Variance Extracted/AVE) serta inner model (R-Square, Path Coefficient, dan Bootstrapping) untuk menguji hipotesis penelitian (Hair et al., 2021).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur, publikasi resmi Trans Jatim, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS dengan dua tahap pengujian yaitu outer model dan inner model. Outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur variabel penelitian. Inner model digunakan untuk menguji hubungan antar variabel serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Data yang dianalisis berasal dari 100 responden pengguna layanan Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran). Pengujian dilakukan secara bertahap untuk memastikan kualitas data yang digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Hasil Outer Loading

Indikator	Kepercayaan	Kepuasan	layas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan
K1	0.949			
K2	0.839			
K3	0.894			
K4	0.912			
K5	0.903			
KP1			0.932	

KP2		0.843
KP3		0.875
KP4		0.836
KP5		0.911
KS1	0.933	
KS2	0.919	
KS3	0.800	
KS4	0.880	
KS5	0.913	
LP1		0.914
LP2		0.875
LP3		0.911
LP4		0.841
LP5		0.829

Berdasarkan Tabel 1, seluruh nilai outer loading berada di atas 0,7 sehingga dapat dinyatakan valid. Indikator pada variabel kepercayaan memiliki nilai loading tertinggi pada K1 sebesar 0,949. Variabel kepuasan juga menunjukkan nilai loading yang kuat pada seluruh indikatornya. Kualitas pelayanan memiliki indikator yang stabil dengan nilai di atas batas minimum. Loyalitas pelanggan juga memiliki indikator yang valid dan konsisten. Nilai ini menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan variabel yang diukur. Hasil ini mengindikasikan bahwa model pengukuran telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
Kepercayaan	0.941	0.942	0.955	0.810
Kepuasan	0.934	0.939	0.950	0.793
Kualitas Pelayanan	0.939	0.943	0.952	0.767
Loyalitas Pelanggan	0.923	0.927	0.942	0.765

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 sehingga dinyatakan reliabel. Nilai composite reliability juga menunjukkan hasil yang sangat baik karena seluruhnya di atas 0,7. Nilai AVE pada setiap variabel berada di atas 0,5 yang berarti memenuhi kriteria validitas konvergen. Variabel kepercayaan memiliki nilai AVE tertinggi yaitu sebesar 0,810. Hal ini menunjukkan bahwa variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa model layak untuk dilanjutkan ke pengujian inner model.

Tabel 3. Hasil Uji Inner Model (Bootstrapping)

Hubungan	Original Sample (O)	T-Statistic	P-Values
percayaan → Loyalitas	0.706	5.138	0.000
uasan → Loyalitas	0.547	3.873	0.000
Kualitas Pelayanan → Loyalitas	0.425	2.913	0.004

Berdasarkan Tabel 3, seluruh hubungan antar variabel menunjukkan nilai p-value < 0,05 sehingga dinyatakan signifikan. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh paling kuat terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai t-statistik seluruh variabel berada di atas 1,96 sehingga memenuhi kriteria pengujian hipotesis. Hasil ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas penumpang.

Tabel 4. Nilai R-Square

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Loyalitas Pelanggan	0.957	0.956

Nilai R-square sebesar 0,957 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 95,7%. Nilai ini menunjukkan tingkat pengaruh yang sangat kuat dalam model penelitian. Adjusted R-square yang mendekati nilai R-square menunjukkan model yang stabil. Variabel independen dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang besar terhadap variabel dependen. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik. Nilai ini

juga menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil variabel lain yang tidak diteliti. Model penelitian dapat dikategorikan sangat kuat dalam menjelaskan loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,7 sehingga dinyatakan valid. Nilai tertinggi terdapat pada indikator kepercayaan sebesar 0,949 yang menunjukkan dominasi konstruk tersebut dalam menjelaskan variabelnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang konsisten terhadap indikator yang digunakan. Validitas yang tinggi mencerminkan bahwa instrumen mampu mengukur konsep yang dimaksud secara tepat. Dalam perspektif teori SEM, nilai loading yang tinggi menunjukkan hubungan kuat antara indikator dan konstruk laten. Hal ini berarti variabel kepercayaan, kepuasan, kualitas pelayanan, dan loyalitas telah terukur secara baik. Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa indikator dengan loading di atas 0,7 menunjukkan validitas konvergen yang kuat dalam model PLS (Hapsari et al., 2024).

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan composite reliability di atas 0,7. Nilai AVE yang berada di atas 0,5 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan sebagian besar varians indikatornya. Variabel kepercayaan memiliki nilai AVE tertinggi sebesar 0,810 yang menunjukkan kekuatan konstruk tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Reliabilitas yang baik menjadi dasar penting dalam memastikan hasil penelitian dapat dipercaya. Dalam teori pengukuran, reliabilitas menunjukkan stabilitas instrumen dalam berbagai kondisi pengukuran. Hasil penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa nilai AVE di atas 0,5 dan reliabilitas tinggi menunjukkan kualitas konstruk yang baik dalam penelitian berbasis SEM (Fikriyah & Fazizah, 2024).

Hasil inner model menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,706. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan penumpang maka semakin tinggi loyalitas yang terbentuk. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor utama dalam mempertahankan pengguna layanan Trans Jatim. Penumpang yang memiliki keyakinan terhadap layanan akan cenderung menggunakan kembali layanan tersebut. Dalam teori relationship marketing, kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kepercayaan mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan komitmen pelanggan terhadap layanan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dalam sektor transportasi (Widiyanto et al., 2021).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai koefisien 0,547. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas penumpang. Penumpang yang merasa puas terhadap layanan akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Kepuasan muncul dari kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Dalam teori kepuasan pelanggan, pengalaman positif akan membentuk sikap loyal terhadap suatu layanan. Kepuasan juga menjadi indikator keberhasilan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (Ulinuha, 2021).

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas dengan nilai koefisien 0,425. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tetap berperan dalam meningkatkan loyalitas meskipun tidak sebesar kepercayaan. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pengguna layanan. Pengalaman tersebut akan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali layanan. Dalam teori SERVQUAL, kualitas pelayanan terdiri dari dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan yang konsisten akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan transportasi (Pangaribuan & Yenita, 2023).

Nilai R-square sebesar 0,957 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 95,7%. Nilai ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kekuatan prediktif yang sangat tinggi. Sebagian besar variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama dalam meningkatkan loyalitas penumpang adalah kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan. Dalam teori model struktural, nilai R-square yang tinggi menunjukkan model yang kuat dan mampu menjelaskan fenomena dengan baik.

Model penelitian ini dapat dikategorikan sangat baik karena memiliki tingkat determinasi yang tinggi. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kombinasi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan secara signifikan (Jacksen & Slamet, 2020).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan loyalitas penumpang Trans Jatim. Namun demikian, nilai koefisien determinasi yang tinggi tidak menutup kemungkinan adanya faktor lain yang juga memengaruhi loyalitas pengguna transportasi publik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel lain yang relevan, seperti citra merek (brand image), harga, persepsi keamanan, kemudahan akses, atau nilai yang dirasakan (perceived value). Penambahan variabel-variabel tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas penumpang pada layanan transportasi publik. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian pada koridor Trans Jatim lainnya atau membandingkan beberapa moda transportasi publik sehingga diperoleh hasil yang lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.

D. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas penumpang Trans Jatim (Rute Lamongan-Paciran) telah tercapai, di mana ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas pelanggan. Model penelitian memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan loyalitas dengan nilai R-square sebesar 0,957, sehingga sebagian besar variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas penumpang dibandingkan kepuasan dan kualitas pelayanan. Kepuasan juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk loyalitas melalui pengalaman penggunaan layanan yang positif. Kualitas pelayanan tetap memiliki pengaruh terhadap loyalitas meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan dalam transportasi publik terbentuk dari kombinasi persepsi kepercayaan, kepuasan, dan kualitas layanan yang dirasakan pengguna. Upaya peningkatan loyalitas penumpang Trans Jatim perlu difokuskan pada penguatan kepercayaan dengan tetap menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara konsisten.

E. Referensi

- Adrianto, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. *Insight Management Journal*, 3(2), 67–78.
- Anggraini, N., Kurniawan, D., Wedhasmara, A., Oktadini, N. R., Sevtiyuni, P. E., & Rifai, A. (2023). Analisis kepuasan pengguna aplikasi transportasi online menggunakan metode EUCS dan UTAUT. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 7(1), 1–10.
- Ansari, A., Casavianca, S. P., Muzakki, M. F. A., & Sihombing, S. (2023). Harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 23–34.
- Aristiani, P. N., & Yenita. (2023). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas penumpang kereta api. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*, 7(1), 45–56.
- Efendi, A. I., Dudung, S. D. I., & Sudriyanto, E. (2024). Faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna angkutan umum menggunakan pemodelan partial least squares (PLS-SEM). *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 14(2), 96–107.
- Fikriyah, S., & Fazizah, A. (2024). Determinan loyalitas pengguna transportasi online ditinjau dari kepuasan dan kualitas layanan. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 1–10.
- Hapsari, J. D. A. V., Primadi, A., & Tohir, M. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa logistik. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(2), 73–81.
- Jacksen, E. L., & Slamet, F. (2020). Hubungan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada pengguna transportasi daring. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–10.

- Kurniasih, K., Rahmawati, E. D., & Akhmad, K. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, **2**(1), 1–10.
- Kurniawan, S. R., Selfiana, S., & Jati, P. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan MRT Jakarta. *Jurnal Manajemen*, **14**(2), 123–134.
- Kurniawan, S. R., Widodo, T., & Prasetyo, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi publik MRT Jakarta. *Jurnal Manajemen*, **14**(2), 123–134.
- Pangaribuan, N. S., & Yenita. (2023). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan transportasi umum. *Jurnal Administrasi Publik*, **9**(2), 115–126.
- Pratama, R., Nugroho, A., & Sari, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada sektor jasa transportasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, **10**(3), 210–220.
- Purwanto, R. N. S., & Rachbini, W. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna transportasi online. *Musytari: Jurnal Manajemen*, **3**(1), 45–56.
- Ramadhan, R., Harahap, A., Kautsar, M. A., Allaam, N., Mulyana, N., & Gunawana, A. (2024). Pengaruh smart mobility dalam aplikasi Trans Semarang terhadap kepuasan masyarakat di Kota Semarang. *Ruang*, **10**(2), 100–107.
- Setiawan, H., & Hidayat, R. (2021). Peran kepuasan dan kepercayaan dalam membentuk loyalitas pelanggan jasa transportasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, **24**(2), 89–98.
- Ulinuha, G. (2021). Harga, kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. *Jurnal Manajemen Bisnis*, **18**(4), 422–447.
- Viya, O., Darusita, N., & Febriani, S. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan transportasi Maxim di Palembang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, **5**(1), 1–10.
- Widiyanto, P., Aranza, F., & Hernawan, M. A. (2021). Kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan perusahaan jasa angkutan barang. *Jurnal Transportasi, Logistik, dan Aviassi*, **1**(1), 65–73.
- Pemerintah Provinsi Jawa Timur. (2024). *Koridor V Trans Jatim Resmi Beroperasi Layani Lamongan–Paciran*. Diakses dari situs resmi Pemerintah Provinsi Jawa Timur.
- Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur. (2024). *Peluncuran Koridor V Trans Jatim Terminal Lamongan–Paciran*. Diakses dari situs resmi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Efendi, A. I., Dudung, S. D. I., & Sudriyanto, E. (2024). Faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna angkutan umum menggunakan pemodelan Partial Least Squares (PLS-SEM). *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, **14**(2), 96–107.
- Ricardianto, P., Risdiana, A. O., Abdurachman, E., Saputro, S. E., & Purba, O. R. (2024). *Passenger Loyalty and Satisfaction: Empirical Evidence at the South Sumatra LRT Station in Indonesia*. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, **14**(1).
- Sangkoyo, A. B. C., & Adiwijaya, K. (2024). *The Role of Experience and Service Quality on TransJakarta Users Loyalty*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, **13**(3).