

Preferensi Masyarakat dalam Memilih Alat Transportasi Kereta Api Indonesia

Oleh :

Silviana Bilqis Elvin Zulvani*)

Pardiman**)

Restu Millaningtyas***)

silvianabilqis5@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to: 1. Explain which attribute combinations influence people's preferences when choosing a rail transportation. 2. Describe which transportation attributes are important to the community when choosing a rail transportation means. 3. Explain what level of transportation attributes are most important to the community when choosing a Rail transportation means. The sampling technique used is a non-probability sampling technique and the data obtained are 96 respondents. The data analysis technique used in this research is conjoint analysis. The results of the study show that: 1. The combination of attributes that are considered the most important are air-conditioned carriage facilities, the price has promo tickets, the privilege is very suitable for families, the quality of ticket services can be purchased online, and the safety of no hawkers. 2. Attributes based on importance are carriage facilities, price, privileges, service quality, and safety. 3. The most important attribute level is that the price includes promo tickets, the quality of ticket services can be purchased online, the carriage facilities with air-conditioned rooms, the privilege is very suitable for families, and the safety of no hawkers.

Keyword: Price, Quality of Service, Carriage Facilities, Privilege, Security.

Pendahuluan

Latar Belakang

Transportasi memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Perkembangan ini dapat dibuktikan dengan banyaknya layanan jasa transportasi yang ditawarkan pada masyarakat. Banyak perusahaan jasa transportasi yang menunjukkan kemampuannya dalam menawarkan dan menarik minat konsumen untuk menggunakan produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan transportasi. Salah satunya, jasa dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Penelitian ini menganalisis atribut yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih alat transportasi kereta api. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat, banyak masyarakat yang mampu membeli kendaraan pribadi dengan alasan karena privasi dan kenyamanan. Berdasarkan data para penelitian Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa jumlah penumpang kereta api di Jawa dan Sumatera berada pada kisaran 6,5 juta orang atau sekitar 13,36% pada bulan Agustus 2021. Berbeda dengan jumlah penumpang, angkutan barang dengan kereta api di wilayah Jawa mengalami kenaikan sebesar 4,13%. Dapat dikatakan bahwa jumlah barang yang diangkut dengan

kereta api dari bulan Januari hingga Agustus 2021 meningkat sekitar 34,3 juta ton dibanding tahun 2020.

Fenomena penggunaan alat transportasi akan semakin meningkat pertumbuhannya dan menjadi pilihan bagi sebagian masyarakat. Sehingga persentase masyarakat saat ini dan dimasa yang akan datang memerlukan perhatian khusus dalam perencanaan transportasi, hal tersebut merupakan salah satu fitur untuk memprediksi jumlah penumpang pada alat transportasi kereta api yang disebabkan karena PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mampu melayani masyarakat dalam perjalanan, baik perjalanan jarak jauh (antar kota) maupun perjalanan jarak dekat (lokal). Hal lain yang membuat masyarakat memutuskan untuk menggunakan layanan jasa transportasi kereta api adalah masyarakat merasa bahwa transportasi tersebut cepat, aman, nyaman, dan harga yang terjangkau.

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu pertama, berdasarkan penelitian Achmad, F. (2017) yang menganalisis data survey pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang, dikatakan bahwa harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian ulang. Kedua, pada penelitian Abimanyu, R.V., (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam pemilihan alat transportasi. Dan ketiga, pada penelitian Laksono Aji, B. (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga, dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan). Oleh sebab itu penelitian dengan judul **“Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Alat Transportasi Kereta Api Indonesia”** ini perlu dilakukan.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah penelitian, yaitu: 1) Kombinasi atribut apa yang disukai masyarakat saat memilih transportasi kereta api ? Atribut transportasi mana yang paling penting bagi masyarakat saat memilih transportasi kereta api ? Level transportasi seperti apa yang paling berguna bagi masyarakat dalam memilih transportasi kereta api?. Adapun tujuan penelitian ini 1) Untuk menjelaskan kombinasi atribut mana yang berpengaruh terhadap preferensi masyarakat ketika memilih alat transportasi kereta api. Untuk mendeskripsikan atribut transportasi mana yang penting bagi masyarakat ketika memilih alat transportasi kereta api. Untuk menjelaskan level atribut transportasi apa yang paling penting bagi masyarakat ketika memilih alat transportasi kereta api.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Emirasari (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “preferensi pelajar terhadap transportasi bus sekolah di Surabaya”. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis konjoin. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa biaya berpengaruh secara parsial terhadap preferensi pelajar. Hal ini ditunjukkan dengan persentase tingkat kepentingan yang diimbangi oleh atribut biaya sebesar 18,728%. Karena dengan biaya, pelajar mengharapkan agar dapat memperoleh fasilitas yang memuaskan.

Sirait (2018) dengan judul penelitian “analisis metode konjoin untuk mengetahui ketertarikan dalam memilih transportasi taksi *online* (Studi Kasus: Mahasiswa USU)”. Dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda untuk menentukan

utilitas. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa biaya berpengaruh signifikan bagi mahasiswa USU, dengan persentase sebesar 41,83%.

Wulandari & Sari (2019) dalam penelitiannya yang berjudul penerapan analisis konjoin untuk menentukan preferensi masyarakat Kota Padang terhadap penggunaan jasa ojek *online* pada tahun 2019. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Yang menyatakan bahwa layanan pengemudi, harga, dan identitas pengemudi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi masyarakat menggunakan jasa ojek *online*.

Erliyanti (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “pengaruh kepraktisan, tarif, keamanan, dan kenyamanan terhadap pembentuk preferensi masyarakat Gojek di Kota Makassar”. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kepraktisan, tarif, keamanan, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentuk preferensi masyarakat Gojek. Dari hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa tarif berpengaruh secara parsial terhadap pembentuk preferensi masyarakat Gojek.

Sinurat, Salim & Permatasari (2020) berjudul “preferensi masyarakat terhadap transportasi publik di Kota Banda Aceh (Studi Kasus Trans Koetaradja)”. Yang bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat dalam menggunakan transportasi publik di Kota Banda Aceh. Dalam penelitian ini menggunakan *teknik random sampling* untuk menentukan ukuran sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan transportasi publik, terbukti bahwa waktu tempuh dan jarak tempuh tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat intensitas penggunaan transportasi publik, dan terbukti bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat.

Tinjauan Teori

Harga

Menurut Tjiptono (2006:151) mendefinisikan konsep harga dari dua sudut pandang, dari sudut pandang pemasaran bahwa “harga adalah satuan uang atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa) yang dipertukarkan untuk kepemilikan atau hak guna atas suatu barang. Sementara dari sudut pandang masyarakat, “harga sering digunakan sebagai indikator nilai ketika harga dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu barang atau jasa”. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang diterima terhadap harga. Menurut pendapat Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021) pengertian harga adalah elemen bauran pemasaran yang fleksibel dan dapat berubah dengan cepat. Pentingnya harga pada suatu layanan adalah agar masyarakat dapat menjangkau dan mendorong pengguna dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kualitas Layanan

Menurut Putra, H. E. (2016), “Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan berupa sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat dirasakan. Dalam hal ini pelayanan diartikan sebagai suatu jasa yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan dengan tujuan sikap dan cara memberikan pelayanan untuk kepuasan masyarakat. Sedangkan dalam penelitian menurut Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020), kualitas pelayanan adalah ukuran kualitas keunggulan layanan yang diharapkan dalam kaitannya dengan tren harga, atau tingkat perbandingan antara harapan masyarakat terhadap kualitas layanan dan kinerja perusahaan yang dirasakan masyarakat untuk menjadi pengendali perkembangan harga.

Fasilitas Gerbong

Menurut Prof. Dr. Hj. Zakiah Daradjat, seorang pakar psikologi islam berpendapat bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memperlancar usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan dalam penelitian Syahlina, M. (2019), fasilitas merupakan sesuatu yang sengaja disediakan untuk penyedia layanan dan digunakan serta dinikmati oleh masyarakat dengan tujuan untuk memberikan tingkat kepuasan tertinggi.

Privilege

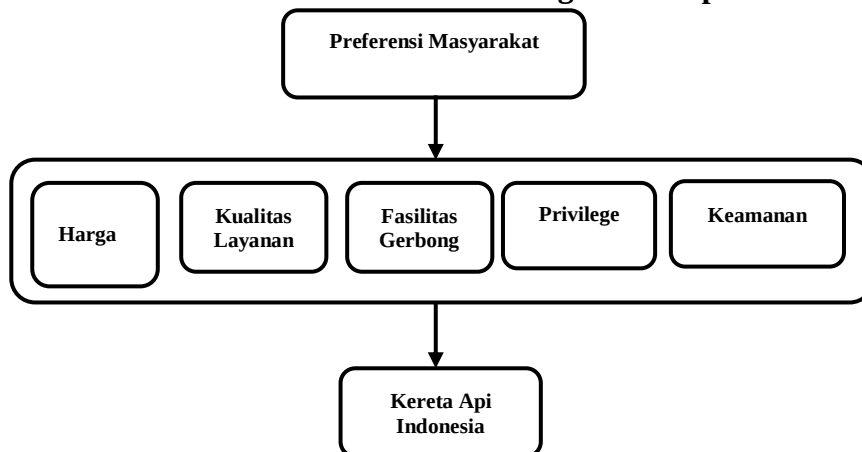
Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *privilege* merupakan hak atau manfaat yang diberikan kepada beberapa orang dan bukan kepada orang lain. Adapun *privilege* dalam alat transportasi kereta api antara lain: daya angkut yang lebih banyak, relatif cepat sampai, lebih nyaman dalam melakukan bepergian, pemandangan yang indah serta cocok digunakan bepergian dengan keluarga maupun teman

Keamanan

Menurut Ruswinda, E., (2019) keamanan yang dimaksud adalah bebas dari risiko. Dengan kata lain, istilah ini dapat digunakan untuk segala sesuatu yang berhubungan dengan kecelakaan, kejahatan, dan lain sebagainya. Keamanan mencakup topik yang sangat luas, termasuk keamanan transportasi, keamanan rumah terhadap pencuri, dan keamanan komputer terhadap *hacker*.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual.



Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menggunakan alat transportasi kereta api dengan jumlah sebesar 96 orang. Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* yaitu :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel dibulatkan sebanyak 96 responden. Adapun teknik sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Non probability sampling* yaitu *random sampling*.

Definisi Atribut dan Level

Harga

Harga adalah nilai yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa atas jumlah dari nilai yang ditukar masyarakat atas manfaat-manfaat yang menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Level dari atribut harga pada pemilihan alat transportasi kereta api yaitu:

1. Harga tiket terjangkau
2. Harga tiket sebanding dengan kualitas layanan
3. Terdapat tiket promo

Kualitas Layanan

Pelayanan adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan permintaan masyarakat dan ketepatan pada metode penyampaianya untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Terdapat dua level atribut kualitas layanan pada pemilihan alat transportasi yaitu:

1. Tiket dapat dibeli secara *online*
2. Tepat waktu dibandingkan alat lainnya

Fasilitas Gerbong

Fasilitas adalah segala sesuatu yang merupakan sarana atau prasarana yang diperlukan untuk menggerakkan dan mempercepat berjalannya suatu perusahaan serta melaksanakan kegiatannya. Terutama fasilitas gerbong pada tiap gerbong kereta api. Terdapat beberapa level dari atribut fasilitas gerbong yaitu:

1. Ruang ber-AC
2. Bagasi barang yang luas
3. Tempat duduk nyaman
4. Tersedia gerbong restorasi

Privilege

Dalam penelitian ini *privilege* merupakan hak atau manfaat yang diberikan kepada beberapa orang dan bukan kepada orang lain. Transportasi perkeretaapian ini memiliki banyak keunggulan dibandingkan angkutan jalan lainnya, antara lain yaitu kapasitas

angkutan yang besar, cepat, aman, efisiensi energi, ramah lingkungan, serta membutuhkan lahan yang relatif sedikit.

Level dari atribut *privilege* pada pemilihan alat transportasi yaitu:

1. Pemandangan alam sepanjang perjalanan bagus
2. Tidak memabukkan
3. Sangat cocok untuk keluarga

Keamanan

Keamanan merupakan suatu keadaan terhindarnya setiap orang dari risiko terjadinya kecelakaan dan kejahatan pada alat transportasi. Level atribut keamanan pada pemilihan alat transportasi kereta api yaitu:

1. Keamanan terjamin
2. Tidak ada pedagang asongan

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kuesioner. Kuesioner diberikan kepada seluruh masyarakat yang menggunakan alat transportasi kereta api untuk memberikan jawaban terkait pertanyaan tertulis yang diberikan oleh peneliti. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur jawaban responden dari kuesioner dengan menggunakan *skala likert*.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui gambaran preferensi masyarakat dari beberapa atribut penelitian pada penelitian ini, dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada masyarakat pengguna kereta api dengan mengambil sampel sebanyak 96 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Diketahui bahwa pada penelitian ini semua responden adalah pengguna kereta api yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang dan 61 orang berjenis kelamin perempuan yang artinya responden didominasi oleh perempuan. Berdasarkan usia 18-25 tahun sebanyak 40 orang, 25-30 tahun sebanyak 8 orang, dan >30 tahun sebanyak 48 orang. Berdasarkan status belum menikah sebanyak 37 orang dan menikah sebanyak 59 orang. Kemudian berdasarkan jenis profesi PNS sebanyak 3 orang, wiraswasta 21 orang, karyawan 15 orang, mahasiswa 36 orang, ibu rumah tangga 17 orang, guru 3 orang, dan sopir 1 orang.

Hasil Uji Penelitian

Untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap atribut harga, kualitas layanan, fasilitas gerbong, *privilege*, dan keamanan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui kuesioner yang dibuat pada penelitian ini layak digunakan atau tidak. Kemudian dilakukan analisis konjoin untuk mengetahui nilai yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih alat transportasi Kereta Api Indonesia.

Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur tingkat kevalidan dari masing-masing instrumen dalam atribut harga, kualitas layanan, fasilitas gerbong, *privilege*, dan keamanan. Untuk mengukur kevalidan instrumen penelitian, peneliti menggunakan alat bantu program *statistic* SPSS dengan tingkat signifikansi sebesar (5%) sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Diketahui hasil dari uji pada semua instrument menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan semua data dalam instrumen penelitian yang digunakan dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk mengukur uji reliabilitas digunakan *cronbach alpha* dengan kriteria instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* $>$ 0,5 diketahui atribut harga nilai *cronbach alpha* sebesar 0,529 $>$ 0,5, sehingga harga dikatakan reliabel. Kualitas layanan nilai *cronbach alpha* adalah 0,802 $>$ 0,5, sehingga kualitas layanan dapat dikatakan reliabel. Fasilitas gerbong nilai *cronbach alpha* yaitu 0,861 $>$ 0,5, yang artinya fasilitas gerbong dikatakan reliabel. Atribut *privilege* diperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,736 $>$ 0,5, maka hasil dari atribut *privilege* ini dapat dikatakan reliabel. Keamanan diperoleh nilai *cronbach alpha* yaitu 0,613 $>$ 0,5, maka hasil dari atribut keamanan dapat dikatakan reliabel. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua atribut yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Analisis Konjoin

Overall Statistic

Tabel 1. Hasil Nilai Analisis Konjoin Overall Statistic

Utilities			
Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Harga	Harga tiket terjangkau	-.013	.013
	Harga tiket sebanding dengan kualitas layanan	.004	.015
	Terdapat tiket promo	.009	.015
Kualitas Layanan	Tiket dapat dibeli secara online	.027	.010
	Tepat waktu dibandingkan alat lainnya	-.027	.010
Fasilitas Gerbong	Ruang ber-AC	.015	.017
	Bagasi barang yang luas	-.017	.017
	Tempat duduk nyaman	.009	.017
	Tersedia gerbong restorasi	-.007	.017
Privilege	Pemandangan alam sepanjang perjalanan bagus	-.034	.013
	Tidak memabukkan	-.002	.015
	Sangat cocok untuk keluarga	.036	.015
Keamanan	Keamanan terjamin	-.031	.010
	Tidak ada pedagang asongan	.031	.010
(Constant)		3.658	.011

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1. Dari hasil keseluruhan responden, dapat diketahui nilai konstanta ditunjukkan dengan nilai sebesar (3.658). Hasil nilai *overall statistic* dapat dilihat atribut harga memiliki nilai kegunaan sebesar 0,9% terdapat tiket promo. Kualitas layanan memiliki nilai kegunaan sebesar 2,7% tiket dapat dibeli secara *online*. Fasilitas gerbong memiliki nilai kegunaan sebesar 1,5% pada ruang gerbong yang ber-AC. Atribut *privilege* memiliki nilai kegunaan sebesar 3,6% sangat cocok untuk keluarga. Serta pada atribut keamanan memiliki nilai kegunaan sebesar 3,1% tidak ada pedagang asongan.

Importance Values

Table 2. Hasil Importance Value
Importance Values

Importance Values	
Harga	22.944
Kualitas Layanan	13.306
Fasilitas Gerbong	30.635
Privilege	21.384
Keamanan	11.732

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2. diperoleh hasil bahwa atribut fasilitas gerbong memiliki nilai kepentingan sebesar 30,635%. Atribut kedua yaitu harga yang dianggap penting dengan persentase sebesar 22,944%. *Privilege* memiliki nilai kepentingan sebesar 21,384%. Kualitas layanan dengan persentase nilai kepentingan sebesar 13,306%. Kemudian atribut keamanan dengan nilai kepentingan sebesar 11,732%.

Uji Korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's Tau*

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi

Correlations ^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	.908	.000
Kendall's tau	.735	.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3. diperoleh hasil bahwa pengukuran korelasi menunjukkan angka korelasi yang tinggi, baik secara *Pearson's R* sebesar (0.908) dan *Kendall's Tau* sebesar (0.735). Oleh sebab itu penelitian dianggap valid dan sangat kuat karena nilai korelasi lebih besar dari 0.5 dengan tingkat signifikan lebih kecil dari taraf nyata $\alpha = 0.05$ yaitu (0.000). Demikian pendapat responden memiliki ketepatan akurasi yang tinggi dan uji signifikan diketahui signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada uji keakuratan yang tinggi pada proses konjoin.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Kombinasi atribut dan level atribut yang dianggap paling penting menurut preferensi masyarakat dalam memilih alat transportasi kereta api adalah fasilitas gerbong ruangan ber-AC, harga terdapat tiket promo, *privilege* sangat cocok untuk keluarga, kualitas layanan tiket dapat dibeli secara *online*, dan keamanan tidak ada pedagang asongan.
2. Atribut dalam preferensi masyarakat saat memilih alat transportasi kereta api berdasarkan nilai kepentingan (*Importance Value*) tertinggi sampai terendah adalah fasilitas gerbong, harga, *privilege*, kualitas layanan, dan keamanan.
3. Level atribut yang dianggap berguna oleh masyarakat dalam memilih alat transportasi kereta api berdasarkan nilai utilitas tertinggi pada masing-masing atribut adalah harga dengan terdapat tiket promo, kualitas layanan tiket dapat dibeli secara *online*, fasilitas gerbong dengan ruangan yang ber-AC, *privilege* sangat cocok untuk keluarga, dan keamanan yang tidak ada pedagang asongan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini tidak semua orang bersedia untuk menjadi responden, sehingga proses pengumpulan hasil responden sedikit lama.
2. Responden kurang memahami mengenai pengisian kuesioner penelitian, oleh karena itu peneliti memandu dalam proses pengisian kuesioner. Sehingga diharapkan responden dapat memahami kuesioner penelitian tersebut.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Bagi perusahaan transportasi yang ingin mengevaluasi perusahaannya diharapkan penelitian ini dijadikan bahan pertimbangan, karena preferensi masyarakat berperan penting dalam menentukan perusahaan tersebut mengalami kenaikan atau penurunan.
2. Bagi perusahaan transportasi diharapkan mampu menjaga fasilitas gerbong yang menjadi preferensi masyarakat, namun tetap memberikan kualitas yang baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan dengan tema yang sama, maka diharapkan untuk menambah atribut seperti efisiensi atau kenyamanan serta level atribut yang sesuai agar penelitian ini menjadi menarik dan sempurna. Selain itu penelitian selanjutnya bisa merubah objek penelitian yang sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi.

Daftar Pustaka

- Abdu Rohman, A. R. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PO. Nusantara (Studi Kasus Penumpang PO. Nusantara Jurusan Semarang-Jakarta). *Skripsi*.
- Achmad, F. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Go-ride di Kota Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Adelawati, K. (2020). *Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan* (Doctoral dissertation).
- Aditya Kurniawan, D. E., Pangestuti, E., & Rahma Devita, L. D. (2018). Pengaruh International Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survei Pada Konsumen Layanan Grabcar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 9-16.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualiatas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Destian, S., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh perilaku konsumen (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) terhadap keputusan pembelian online pada situs modifikasi. com di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).

- Effendy, S. D. (2020). Analisis Customer Preference Jersey Bola (Study Kasus Pengguna Jersey Bola Persebaya Di Kabupaten Jombang) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Erliyanti, L. (2019). *Pengaruh Kepraktisan, Tarif, Keamanan dan Kenyamanan terhadap Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Ermirasari, S. (2017). *Studi Preferensi Pelajar Terhadap Angkutan Bus Sekolah Di Surabaya* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Hamamy, E. I., & Prijati, P. (2018). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Transportasi Online di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(7).
- HR, W. A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di pasar Tradisional di Kota Medan.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)/The Influence Of Price, Facilities, And Location To Purchase Decision (Case Study Of Property Purchase In Grand Nusa Indah Block J, Cileungsi At PT. Kentanix Supra International). *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)*.
- Jumarni, J., Makkulasse, R., & Baslan, I. (2019). Determinasi Faktor Pemahaman terhadap Motivasi Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(1).
- Kartikasari, R., Pardiman, P., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi Berorganisasi Terhadap Kinerja Pengurus Organisasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada UKM Olahraga Universitas Islam Malang Periode 2020). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4).
- Khotimah, M. H. C. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Butik Hassa Collection Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Excellent*, 8(1), 104-115.
- Laksono Aji, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Bus Pariwisata PO. One Bus)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

- Lubis, M. R. (2021). Pengaruh pelayanan Terhadap Keamanan dan Kenyamanan Pengguna Transportasi Kereta Api di Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa.
- Lusiah, D. N., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213-226.
- M. Ubadillah (2021-05-10). "Hari Ini, PT KAI Mulai Operasikan Stasiun Malang Kota Sisi Timur". *Radar Malang*. Jawa Pos Group. Diakses tanggal 2021-05-10.
- Nasir, A. A. (2017). *Analisis Pemilihan Moda Angkutan Umum Dalam Menunjang Kegiatan Sosioekonomi Masyarakat di Kota Enrekang* (Doctoral dissertation, universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Purba, R. E. B. (2017). Pengaruh Kaulalitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Jasa Gojek Di Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
- Putra, H. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Perkreditas Rakyat Eka Prasetya Medan.
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Santoso, A. D. (2016). *Analisis Konjoin Terhadap Preferensi Pengguna Layanan Perpustakaan Universitas Negeri Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Setianingrum, H. W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta Api Commuter Line Jabodetabek Pada Stasiun Bogor. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(1), 51-58.
- Sinurat, H. P., Salim, J. F., & Permatasari, C. (2020). Preferensi Masyarakat terhadap Transportasi Publik di Kota Banda Aceh (Studi Kasus Bus Trans Koetaradja). *Jurnal Ekombis*, 6(1).
- Sirait, C. A. (2018). Analisis Metode Konjoin untuk Mengetahui Ketertarikan dalam Memilih Transportasi Taksi Online (Studi Kasus: Mahasiswa USU).
- Syahlina, M. (2019). Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan Melalui Fasilitas Dan Pelayanan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(2), 51-57.
- Wahab, W., & Andika, P. (2019). Studi Analisis Pemilihan Moda Transportasi Umum Darat di Kota Padang antara Kereta Api dan Bus Damri Bandara Internasional Minangkabau. *Jurnal Teknik Sipil*, 6(1), 30-37.
- Wahyudi, D., & Prawita, S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memilih Sepeda Motor Harley Davidson. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).

- Wahyuni, N. A., & Giyarsih, S. R. (2017). Preferensi Pengguna Moda Transportasi Kereta Api Dhoho Trayek Blitar–Surabaya. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(4).
- Wardani, I. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *MELATI STIEKHAD*, 35(2), 1-1.
- Wati, M. (2017). Pengaruh Model Pembelajaran dan Profesionalisme Guru Melalui Kualitas Pendidikan terhadap Kepuasan Orang Tua Pada TK Sang Pemimpin Banjarmasin. *Kindai*, 13(3).
- Widodo, S. A., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris pada KA Blora Jaya Ekspres 2 di Daop 4 Semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Wulandari, S., & Sari, F. M. (2019). Penerapan Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online Tahun 2019. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 7(2).

- *) **Silviana Bilqis Elvin Zulvani** Adalah Mahasiswa FEB Unisma
) **Pardiman Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
***) **Restu Millaningtyas** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma