

Analisis Peran Kepuasan Pelanggan dalam Mempengaruhi Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus PO Gumarang Jaya)

Feby Yolanda^{1*}, Andhyka Tyaz Nugraha², Rizqi Wahyudi³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri

*Email Korespondensi: febyyolanda2611@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh word of mouth (WOM) pada studi kasus PO Gumarang Jaya, serta peran mediasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan WOM. Penilaian kualitas layanan menggunakan pendekatan model CARTER yang terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu structural equation modeling-partial least square (SEM- PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner online yang berbentuk google form sebanyak 120 responden. Hasil temuan pada penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi customer satisfaction dan WOM. Selanjutnya hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa customer satisfaction dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan WOM. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dengan model CARTER memengaruhi secara signifikan variabel customer satisfaction. Terpenuhinya customer satisfaction maka akan memberikan dorongan serta motivasi kepada orang lain untuk menggunakan PO Gumarang Jaya. Rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan kepada PO Gumarang jaya pada variabel tangible pada pelayanan penumpang dapat dilihat pada Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 98 Tahun 2013 tentang Standar Pelayanan Minimal Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum dalam Trayek. Rekomendasi perbaikan lain yang disarankan yaitu melakukan survei penumpang, pemeliharaan rutin serta evaluasi kinerja tangible (fasilitas fisik).

Kata Kunci: Customer Satisfaction, Word of Mouth, CARTER

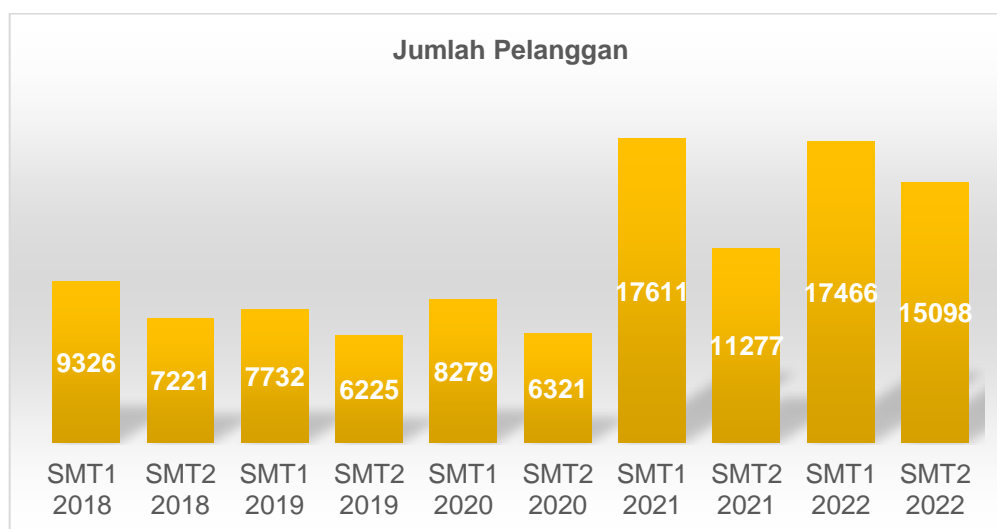
Abstract - The study aims to investigate the impact of quality of service on customer satisfaction as well as the influence of word of mouth (WOM) on the case study of Gumarang Jaya PO, and the role of client satisfaction mediation on service quality and WOM. The evaluation of service quality uses the CARTER model approach consisting of compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness. The method used in this study is the structural equation modeling-partial least square (SEM-PLS) with the help of the SmartPLS 3.0 application. The research data was collected through an online questionnaire in the form of a google form of 120 respondents. The findings in this study prove that the quality of service can affect customer satisfaction and WOM. Furthermore, the research also revealed that client satisfaction can mediate the relationship between quality of the service with WOM. Based on the results of this research, it can be concluded that quality of services with the CARTER model significantly affects customer variable satisfaction. When customer satisfaction is met, it will give incentive and motivation to others to use Gumarang Jaya's PO. Recommendations for improvements to the tangible variables of passenger service can be found in the Regulations of the Minister of Communications No. 98 of 2013 on the Minimum Service Standards for Public Motor Vehicles in Trayek. Other recommendations are to conduct passenger surveys, routine maintenance and evaluation of tangible performance.

Keywords: Customer Satisfaction, Word of Mouth, CARTER

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh peran transportasi, karena transportasi berfungsi sebagai penghubung antara berbagai kota (Qori'ah & Parjono, 2016). Perkembangan beragam moda transportasi sejalan dengan pesatnya kemajuan teknologi. Berkaitan dengan persaingan bisnis yang semakin ketat di bidang transportasi, perusahaan memiliki berbagai strategi bisnis untuk meraih keunggulan dalam menjalankan bisnis mereka (Hamdy et al., 2019). Salah satu jenis transportasi yang terjangkau dan umum digunakan oleh masyarakat adalah transportasi bus (D. E. Prasetya & Farida, 2021). Bus merupakan transportasi umum yang memiliki kapasitas yang besar sehingga dapat mengangkut banyak penumpang (Kurniawan & Prabawati, 2018). Bus dikenal sebagai sarana yang transportasi yang mudah diakses oleh masyarakat, efisien dalam penggunaan energi, ramah lingkungan, tidak menggunakan banyak lahan dan memiliki tingkat keselamatan yang cukup tinggi (S. A. P. Prasetya et al., 2021)

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kesuksesan dan kualitas perusahaan transportasi bus yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam menyediakan layanan yang berkualitas kepada pelanggan akan menaikkan profitabilitas perusahaan (Yuliana & Febriyani, 2019). Kualitas pelayanan sendiri merupakan penilaian sejauh mana tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018). Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dari perusahaan yang melibatkan penawaran saran atau pandangan, baik secara perorangan maupun kelompok terkait produk atau layanan dengan tujuan memberikan informasi secara pribadi yang disebut dengan word of mouth (WOM) (Saputra & Ardani, 2020). Salah satu perusahaan otobus (PO) yang berada di Bandar Lampung adalah PO Gumarang Jaya. PO Gumarang Jaya memiliki trayek antar kota dan antar provinsi dari pulau Sumatera hingga pulau Jawa. Jumlah pelanggan PO Gumarang Jaya mengalami fluktuasi sepanjang tahun.



Gambar 1. Jumlah Pelanggan PO Gumarang Jaya

Gambar 1 dapat dilihat bahwa sepanjang periode Januari hingga Juni di lima tahun terakhir, PO Gumarang Jaya mengalami peningkatan jumlah permintaan pelanggan terutama pada musim lebaran.

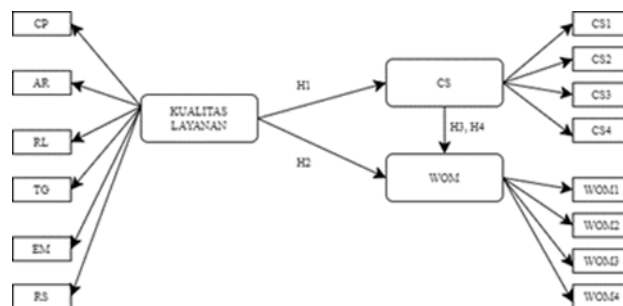
Menurut Fadjar (Lestari, 2020) selama musim lebaran pelanggan seringkali tidak memiliki banyak pilihan perusahaan otobus dikarenakan tingginya jumlah permintaan, dan 50% penduduk kota melakukan mudik atau pulang kampung. Pada periode bulan Juli hingga Desember pada lima tahun terakhir jumlah pelanggan PO Gumarang Jaya mengalami penurunan. Adapun kemungkinan penyebab penurunan jumlah pelanggan tersebut disebabkan oleh meningkatnya persaingan diantara perusahaan otobus dimana pelanggan memiliki banyak pilihan untuk memilih perusahaan otobus yang akan mereka gunakan. Pelanggan dapat mempertimbangkan berbagai faktor diantaranya kualitas pelayanan dan

harga tiket.

Berdasarkan kondisi tersebut maka PO Gumarang Jaya perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan perasaan mereka setelah melakukan perbandingan antara ekspektasi dengan realita yang diterima (Musyaffa & Emmywati, 2018). Apabila kepuasan pelanggan dapat terpenuhi maka terdapat beberapa manfaatnya diantaranya terjalinnya hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan, terciptanya loyalitas pelanggan dan yang paling penting yakni pelanggan akan menjadi media periklanan yang efektif melalui *word of mouth* (Sari & Miswanto, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data berupa angket kuesioner menggunakan pendekatan observasi dan wawancara. Pengolahan data menggunakan *partial least square-structural equation modeling* dengan singkatan PLS-SEM dengan *software* SmartPLS 3.0. PLS-SEM terdiri dari dua komponen utama yaitu model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) (Ningsi, 2018). Model pengukuran digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas sedangkan model struktural digunakan untuk pengujian hipotesis. Jenis penelitian ini mengadopsi pendekatan *mix method research* dengan menggabungkan informasi kualitatif yang diperoleh dari kuesioner dengan skala likert yang diukur menggunakan metode kuantitatif. Skala likert yang digunakan terdiri dari 5 kategori dimulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju (Simamora, 2022). Kerangka model dan hipotesis penelitian dapat dilihat pada Gambar 2 ini sebagai berikut.



Gambar 2. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka model penelitian terdapat 4 hipotesis yang menjadi dasar pada penelitian ini. Berikut merupakan hipotesis penelitian yang terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Keterangan
H1	Kualitas layanan mempunyai hubungan signifikan terhadap CS
H2	Kualitas layanan mempunyai hubungan signifikan terhadap WOM
H3	CS mempunyai hubungan signifikan terhadap WOM
H4	CS dapat menjadi mediasi antara kualitas layanan dengan WOM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya. Tuliskan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dan harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.

3.1 Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah pelanggan dari PO Gumarang Jaya yang berdomisili di Lampung maupun diluar Lampung yang berjumlah 120 orang. Dikategorikan menjadi 6 kriteria diantaranya nama,

jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan dan frekuensi pengguna bus. Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah responden pelanggan PO Gumarang Jaya didominasi oleh perempuan dengan selisih 11.6% dari total responden laki-laki. Hal ini menggambarkan bahwa kecenderungan jawaban dari perspektif pendapat dan penilaian responden perempuan jauh lebih besar dari pada responden laki-laki. Dengan kata lain, sebagian besar jawaban penelitian mewakili penilaian penumpang perempuan pada PO Gumarang Jaya sementara sisanya adalah penilaian dari responden laki-laki. Respon jawaban antara kedua jenis kelamin ini mungkin saja bervariasi karena secara umum sudut pandang penilaian laki-laki dan perempuan terdapat perbedaan.

Tabel 2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	53	44.2%
Perempuan	67	55.8%
Total	120	100%

Responden dengan golongan usia 22 sampai 30 tahun merupakan golongan usia responden terbanyak. Dengan selisih dari usia kurang dari 20 tahun sebanyak 17 responden. Golongan usia 31-39 tergolong dengan jumlah responden paling sedikit akan tetapi hanya berselisih 1 responden dibandingkan dengan usia yang besar dari 40 tahun berdasarkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Umur

Umur (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
<22	40	33.3%
22-30	67	55.8%
31-39	6	5%
>40	7	5.8%
Total	120	100%

Berdasarkan pada Tabel 4 responden dengan domisili luar Lampung yang mendominasi jumlah responden dengan selisih 8.4% dari total jumlah responden dengan domisili di Lampung.

Tabel 4. Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
Lampung	55	45.8%
Luar Lampung	65	54.2%
Total	120	100%

Berdasarkan Tabel 5 responden dengan status pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang memiliki persentase 74.2% dari total pekerjaan responden. Buruh/karyawan dengan status pekerjaan yang memiliki selisih 10% dibandingkan dengan pedagang wirausaha pengusaha. Dan jumlah responden paling sedikit yaitu pada status pekerjaan ASN/ POLRI/ TNI/ BUMN/ BUMD hanya 0.8% dari total pekerjaan responden.

Tabel 5. Status Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/ Mahasiswa	89	74.2%
Pedagang/Wirausaha/Pengusaha	9	7.5%
Buruh/Karyawan Swasta	21	17.5%
ASN/POLRI/TNI/BUMN/BUMD	1	0.8%
Total	120	100%

Berdasarkan Tabel 6 responden dengan jumlah pengguna PO Gumarang Jaya didominasi oleh kurang dari 3 kali penggunaan bus dengan persentase selisih dengan pengguna 3 sampai 5 kali yaitu 11.7%. Dan penggunaan bus 6 sampai 8 kali selisih 1.7% dengan penggunaan bus besar dari 8 kali.

Tabel 6. Frekuensi Penggunaan Bus

Penggunaan Bus	Frekuensi	Persentase (%)
<3	56	46.7%
3-5	42	35.0%
6-8	12	10%
>8	10	8.3%
Total	120	100%

3.2 Pengujian Data

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan nilai AVE untuk menguji validitas konvergen. Dan data dapat dianggap valid jika nilai AVE dari setiap dimensi mencapai 0.5 atau lebih, ini menunjukkan bahwa setiap item dapat menjelaskan setengah atau lebih dari variansnya (Ahmad & Azizah, 2021). Berikut nilai AVE *first order* dan *second order* pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai AVE

Variabel	Lower Order Construct		Higher Order Construct	
	AVE	AVE Eliminasi	Variabel	AVE
AR	0.684	0.684	CS	0.680
CP	0.558	0.727	WOM	0.795
CS	0.680	0.680		
EM	0.624	0.624		
RL	0.595	0.685		
RS	0.693	0.693		
TG	0.666	0.666		
WOM	0.795	0.795		

Hasil pengujian data menggunakan cross loading untuk menentukan uji validitas diskriminan. Item pertanyaan dalam skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila angka *cross loading* lebih tinggi daripada konstruk yang lain (Yuliana & Febriyani, 2019). Dapat dilihat nilai *cross loading* pada Tabel 8 untuk *first order*.

Tabel 8. Cross Loading First Order

Variabel	First Order							
	AR	CP	CS	EM	RL	RS	TG	WOM
AR1	0.755	0.607	0.523	0.577	0.570	0.459	0.444	0.445
AR2	0.851	0.587	0.630	0.548	0.659	0.618	0.563	0.648
AR3	0.820	0.563	0.487	0.504	0.526	0.550	0.462	0.460
AR4	0.877	0.657	0.671	0.628	0.702	0.668	0.653	0.619
CP1	0.638	0.818	0.515	0.497	0.542	0.434	0.450	0.524
CP3	0.593	0.886	0.563	0.514	0.658	0.527	0.568	0.450
CP5	0.640	0.851	0.557	0.523	0.727	0.595	0.540	0.444

Variabel	First Order							
	AR	CP	CS	EM	RL	RS	TG	WOM
CS1	0.556	0.538	0.847	0.565	0.571	0.583	0.589	0.597
CS2	0.665	0.550	0.866	0.584	0.613	0.677	0.646	0.585
CS3	0.635	0.599	0.812	0.633	0.675	0.652	0.569	0.514
CS4	0.446	0.408	0.770	0.610	0.548	0.581	0.518	0.419
EM1	0.631	0.473	0.553	0.808	0.531	0.555	0.522	0.545
EM2	0.521	0.549	0.525	0.778	0.574	0.543	0.554	0.568
EM3	0.583	0.447	0.633	0.861	0.603	0.672	0.539	0.459
EM4	0.415	0.429	0.570	0.704	0.588	0.656	0.524	0.372
RL2	0.498	0.541	0.506	0.491	0.747	0.504	0.507	0.461
RL3	0.700	0.643	0.652	0.687	0.827	0.644	0.650	0.524
RL4	0.641	0.688	0.644	0.609	0.902	0.645	0.659	0.511
RS1	0.556	0.423	0.595	0.670	0.606	0.764	0.579	0.410
RS2	0.572	0.506	0.691	0.672	0.599	0.871	0.602	0.441
RS3	0.539	0.461	0.599	0.557	0.565	0.836	0.550	0.412
RS4	0.654	0.634	0.632	0.653	0.648	0.855	0.570	0.501
TG1	0.514	0.477	0.524	0.509	0.564	0.590	0.786	0.537
TG2	0.476	0.442	0.590	0.594	0.584	0.523	0.820	0.418
TG3	0.560	0.532	0.634	0.558	0.598	0.627	0.842	0.558
TG4	0.565	0.541	0.558	0.549	0.658	0.519	0.817	0.528
WOM1	0.610	0.482	0.580	0.555	0.555	0.508	0.604	0.843
WOM2	0.545	0.430	0.568	0.504	0.484	0.424	0.497	0.902
WOM3	0.590	0.545	0.594	0.566	0.558	0.471	0.584	0.924
WOM4	0.613	0.504	0.561	0.568	0.548	0.488	0.539	0.896

Berdasarkan pada Tabel 9 dapat dilihat nilai *cross loading* untuk *second order*.

Tabel 9. Cross Loading Second Order

Variabel	Second Order		
	CS	KL	WOM
AR	0.705	0.871	0.663
CP	0.687	0.856	0.574
CS1	0.847	0.657	0.597
CS2	0.866	0.726	0.585
CS3	0.812	0.724	0.514
CS4	0.770	0.614	0.419
EM	0.723	0.857	0.616
RL	0.727	0.905	0.596
RS	0.757	0.870	0.532
TG	0.707	0.846	0.626
WOM1	0.579	0.643	0.843

Variabel	Second Order		
	CS	KL	WOM
WOM2	0.568	0.555	0.901
WOM3	0.594	0.640	0.924
WOM4	0.561	0.629	0.896

Uji reliabilitas terdiri dari uji reliabilitas indikator dan uji reliabilitas konstruk (*construct reliability*). Uji reliabilitas indikator menggunakan nilai *outer loading* yang besar dari 0.7 maka indikator dianggap reliabel dan tidak perlu untuk eliminasi. Dengan nilai ini mencakup lebih dari 50% variasi indikator yang bersangkutan (Yulita et al., 2022). Uji reliabilitas konstruk dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0.7 dapat dikatakan reliabel (Fanulene & Soediantono, 2022). Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat nilai *outer loading*, nilai *cronbach's alpha* (CA) dan *composite reliability* (CR).

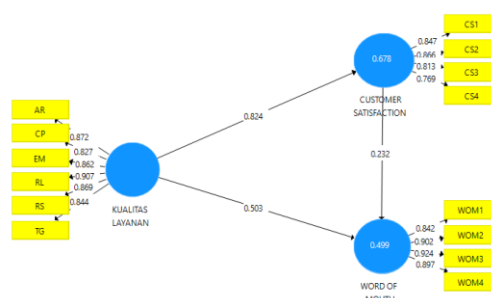
Tabel 10. Uji Reliabilitas

	NOTASI		OUTER LOADING		Cronbach's Alpha	Composite Reliability
			FIRST ORDER	SECOND ORDER		
K U A L I T A S L A Y A N A N	CP	CP1	0.777	0.856	0.934	0.948
		CP2	0.661			
		CP3	0.818			
		CP4	0.698			
		CP5	0.817			
		CP6	0.694			
	AR	AR1	0.755	0.871		
		AR2	0.850			
		AR3	0.820			
		AR4	0.877			
	RL	RL1	0.644	0.905		
		RL2	0.759			
		RL3	0.821			
		RL4	0.847			
	TG	TG1	0.786	0.846		
		TG2	0.820			
		TG3	0.842			
		TG4	0.817			
	EM	EM1	0.809	0.857		
		EM2	0.777			
EM3		0.861				
EM4		0.703				
RS	RS1	0.764	0.870			
	RS2	0.871				
	RS3	0.836				
	RS4	0.855				

	NOTASI	OUTER LOADING		Cronbach's Alpha	Composite Reliability
		FIRST ORDER	SECOND ORDER		
CS	CS1	0.847	0.847	0.843	0.894
	CS2	0.866	0.866		
	CS3	0.812	0.812		
	CS4	0.770	0.770		
WOM	WOM1	0.843	0.843	0.914	0.939
	WOM2	0.902	0.901		
	WOM3	0.924	0.924		
	WOM4	0.896	0.896		

3.3 Pengolahan Data

Model struktural didapatkan dari pengukuran outer loading dan dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Model Struktural

Variance Inflation Factor (VIF) bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF, jika nilai VIF lebih kecil dari 5 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada data yang dianalisis (Yusnandar & Muslih, 2021). Berikut nilai VIF terdapat pada Tabel 11.

Tabel 11. VIF

Variabel	VIF
AR	3.058
CP	3.409
CS1	2.030
CS2	2.166
CS3	1.750
CS4	1.657
EM	3.069
RL	4.225
RS	3.148
TG	2.629

Variabel	VIF
WOM1	2.234
WOM2	3.591
WOM3	3.760
WOM4	3.488

Ketentuan jika nilai *R-square* sekitar 0,75 dapat dianggap mempunyai hubungan yang kuat, apabila nilai *R-square* sekitar 0,50 menunjukkan hubungan yang sedang, dan jika nilai *R-square* sekitar 0,25 menunjukkan hubungan yang lemah (Yusnandar & Muslih, 2021). Berikut nilai *R-square* terdapat pada Tabel 12.

Tabel 12. R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
CS	0.684	0.682
WOM	0.498	0.489

Pengujian hipotesis hubungan langsung dengan melihat nilai T-statistik yang dengan nilai besar dari 1.65 dan dengan nilai *P-Values* yang kecil dari 0.1 (Hasanah et al., 2021). Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat nilai T-statistik kualitas layanan dengan CS, kualitas layanan dengan WOM dan CS dengan WOM mengalami pengaruh hubungan langsung dengan tingkat signifikansi 0.1.

Tabel 13. Hubungan Langsung

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	t- Statistics	P Values
CS -> WOM	0.229	0.226	1.805	0.072
KL -> CS	0.827	0.827	23.204	0.000
KL -> WOM	0.504	0.507	4.415	0.000

Tabel 14 dapat mengetahui hubungan tidak langsung variabel yang terkait. Dimensi *customer satisfaction* dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan *word of mouth* yang mempunyai tingkat signifikansi 0.1.

Tabel 14. Hubungan Tidak Langsung

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics	P Values
KL -> CS -> WOM	0.190	0.186	1.823	0.069

Hasil penelitian pada kualitas layanan dengan menggunakan pendekatan model CARTER yang terdiri dari *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS). Apabila *customer satisfaction* (CS) pada kualitas layanan terpenuhi, hal ini akan memberikan dorongan kepada penumpang untuk memberikan motivasi kepada orang lain untuk menggunakan PO Gumarang Jaya (Prabowo, 2023). Kualitas layanan yang baik dalam hal kepatuhan, jaminan, keandalan, fasilitas fisik, empati dan responsivitas penumpang akan cenderung merasa puas dan memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap PO Gumarang Jaya. Dampaknya penumpang akan merekomendasikan PO Gumarang Jaya kepada teman, keluarga bahkan kepada

orang lain yang dapat meningkatkan citra positif dan popularitas PO Gumarang Jaya dimata masyarakat luas.

Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *word of mouth* (WOM) dan peran *customer satisfaction* (CS) sebagai mediator dalam uji hubungan tidak langsung. Ketika kualitas layanan telah memenuhi semua kebutuhan penumpang PO Gumarang Jaya maka *customer satisfaction* (CS) mampu memotivasi seseorang untuk berbagi pengalaman positif mereka saat menggunakan PO Gumarang Jaya, merekomendasikan kepada keluarga dan teman serta memberikan dorongan serta ajakan kepada mereka untuk memilih PO Gumarang Jaya sebagai pilihan transportasi bus (Prabowo, 2023).

Customer satisfaction dalam memberikan respon terhadap kualitas layanan akan menjadi indikator kinerja yang penting bagi PO Gumarang Jaya dalam mengevaluasi dan meningkatkan pengalaman penumpang. Dengan memahami bagaimana kualitas layanan yang memengaruhi *customer satisfaction* (CS), PO Gumarang Jaya dapat mengidentifikasi setiap dimensi pada pendekatan CARTER yang mana mereka perlu meningkatkan kualitas layanan bus. Serta memberikan kesempatan bagi PO Gumarang Jaya untuk melakukan perbaikan dan inovasi untuk pengembangan yang berkelanjutan dengan tujuan untuk meningkatkan *customer satisfaction* (CS) dan memberikan motivasi kepada orang lain melalui *word of mouth* (WOM) untuk pertumbuhan bisnis PO Gumarang Jaya yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan dapat memengaruhi secara signifikan variabel *customer satisfaction* (CS) dan hubungan dimensi *customer satisfaction* (CS) memengaruhi perilaku pelanggan dalam menyebarkan pengalaman mereka yaitu *word of mouth* (WOM) secara signifikan. Hasil dari penelitian ini juga menyatakan bahwa dimensi *customer satisfaction* (CS) dapat memediasi kualitas layanan dan variabel *word of mouth* (WOM). Dan apabila *customer satisfaction* (CS) terpenuhi maka pelanggan akan memberikan dorongan serta motivasi kepada orang lain untuk menggunakan PO Gumarang Jaya. Serta penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi perbaikan kepada pihak PO Gumarang Jaya terutama dalam *tangible* (fasilitas fisik) yaitu dengan melakukan survei penumpang, pemeliharaan rutin serta evaluasi kinerja fasilitas fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. F., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2), 307.
- Fanulene, T. D., & Soediantono, D. (2022). Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Pertahanan di Era Industri 4.0 dan Digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 3(3), 311–340.
- Hamdy, A., Realiza, & Ferdiansyah, A. (2019). Kajian Pengembangan Layanan Pengguna Jasa Transjakarta Pada Rute Cileduk – Tendean. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik (JMBTL)*, 5(2), 239–250.
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 93–107. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8410>
- Kurniawan, A. A., & Prabawati, I. (2018). Implementasi Suroboyo Bus Di Dinas Perhubungan Kota Surabaya. *Publika*, 6(9).
- Lestari, F. (2020). Kajian Potensi Pemudik Angkutan Lebaran Tahun 2019 Berbasis Survei Online. *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 21(1), 31–36. <https://doi.org/10.25104/jptd.v21i1.1165>
- Musyaffa, A., & Emmywati. (2018). Dampak Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PO. Tiara Mas. *Media Mahardhika*, 17(1), 90–102.
- Ningsi, B. A. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS. *Jurnal Statistika dan Aplikasinya*, 2(2), 8–16. <https://doi.org/10.21009/JSA.02202>
- Prabowo, H. (2023). Analisis Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pada Hotel Berbintang Di Kabupaten Semarang. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 5(1).
- Prasetya, D. E., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Repurchase

- Intention Melalui Customer Value Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Bus PT. Pahala Kencana Cabang Kudus Jurusan Kudus-Jakarta Kelas Eksekutif). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 697–706. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29732>
- Prasetya, S. A. P., Aliami, S., & Leksono, P. Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, serta Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Sudiro Tungga Jaya Rute Ponorogo-Tanggerang. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 623–628.
- Qori'ah, Z., & Parjono. (2016). Dampak Penerapan Kualitas Layanan dan Tarif terhadap Kepuasan Pengguna Bus Harapan Jaya Trayek Trenggalek Surabaya. *UNESA*, 1–8.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Sari, E. P., & Miswanto, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Umum Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Bus Trans Jogja Sebagai Pemediasi. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 211. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i1.13755>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Yuliana, W., & Febriyani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.37058/jem.v4i1.691>
- Yulita, A., Rahmat, A., & Bastian, A. (2022). Pengaruh Empowering Leadership Terhadap Perilaku Kerja Inovatif Dengan Mediasi Berbagi Pengetahuan. *Jurnal Komunitas Sains Manajemen*, 1(1), 118–126.
- Yusnandar, W., & Muslih, M. (2021). Peranan Kinerja Pegawai: Kepuasan Kerja Dan Etos Kerja. *SiNTESa : Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 1(1), 352–365.