



EMOSI DIBALIK KEPUASAN PENUMPANG: STUDI SURVEI PENGGUNA BUS RAPID TRANSIT (BRT)

Muhammad Abdan Shadiqi^{1✉}, Dwi Nur Rachmah², Hemy Heryati Anward³, Devy Sry Rahayu⁴, Nabila Wulandari Ananda Putri⁵, & Dody Hermawan⁶

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Lambung Mangkurat,
Jl. A. Yani Km. 36 Banjarbaru, Indonesia 70714

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Disubmit 31 Agustus 2021
Direvisi 9 September 2021
Diterima 12 November 2021

Keywords:

*Satisfaction,
Emotional, Public
Transportation.*

Abstrak

Pada daerah perkotaan, transportasi publik memegang peran penting pada mobilitas efektif masyarakat. Sebagai salah satu bentuk transportasi publik modern, Bus Rapid Transit (BRT) Banjarbakula di Kalimantan Selatan beroperasi sejak tahun 2019. Adanya BRT ini membutuhkan evaluasi pada kepuasan penumpang untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor emosional yang berhubungan dengan kepuasan menggunakan transportasi publik. Kami juga menguji peranan faktor demografi dan kualitas layanan pada kepuasan. Melalui pendekatan penelitian kuantitatif, kami melakukan survei korelasional. Kami mengumpulkan 151 orang pengguna BRT Banjarbakula menggunakan purposive sampling. Analisis dilakukan menggunakan regresi hierarki, pada step 1 menguji faktor demografi, step 2 menguji faktor kualitas layanan, dan step 3 menguji faktor emosi. Hasil analisis regresi hierarki menunjukkan bahwa pada step 1 tidak ada faktor demografi (jenis kelamin, usia, daerah tempat tinggal, dan penghasilan keluarga per-bulan) yang berhubungan dengan kepuasan penggunaan BRT. Pada step 2, kami menemukan bahwa hanya faktor kenyamanan yang signifikan berperan pada kepuasan penumpang. Hasil analisis pada step 3 menegaskan hasil step 2, yakni afeksi positif berperan positif sementara afeksi negatif berperan negatif pada kepuasan penumpang. Hasil temuan ini menjelaskan bahwa faktor emosional pada penumpang transportasi publik perlu diperhatikan untuk meningkatkan penilaian kepuasan penggunaan transportasi publik

Abstract

In urban areas, public transportation plays an important role in the effective mobility of people. As a kind of modern public transportations, the Bus Rapid Transit (BRT) of 'Banjarbakula' in South Kalimantan has been operating since 2019. The existence of this BRT requires an evaluation of passenger satisfaction to enhance the quality of service. This study aims to explain the emotional factors associated with satisfaction using public transportation. We also examine the role of demographic and service quality factors on satisfaction. Through a quantitative research approach, we conducted a correlational survey. We collected 151 Banjarbakula BRT users through purposive sampling. We use hierarchical regression in step 1 to examine the demographic, step 2-the service quality, and step 3-the emotional factors. The results of the hierarchical regression analysis showed that in step 1, demographic factors (gender, age, area of residence, and monthly family income) did not associate with satisfaction with using BRT. In step 2, we found that only the comfortable has a significant effect on passenger satisfaction. The analysis results in step 3 confirm the results of step 2. The positive affect has a positive association while the negative affect has a negative association with passenger satisfaction. These findings explain that the emotional factors of public transportation passengers need to be considered to increase the satisfaction level of using public transportation.

© 2021 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
abdanshadiqi@ulm.ac.id

p-ISSN 2086-0803

e-ISSN 2541-2965

PENDAHULUAN

Kalimantan Selatan saat ini memiliki moda transportasi modern dengan nama *Bus Rapid Transit* (BRT) Banjarbakula. Pada tahun 2019, BRT Banjarbakula beroperasi dan hingga sekarang terdapat 11 armada bus yang melayani rute Banjarmasin-Banjarbaru (Sya'rawie, 2021). Sejauh ini terdapat beberapa riset yang berfokus menjelaskan BRT Banjarbakula pada konteks evaluasi kinerja (Dipanegara dkk., 2020) dan keinginan untuk membayar (Yuniarty & Pahlevi, 2020). Hal ini mengartikan bahwa riset-riset transportasi publik di BRT Banjarbakula masih sedikit dilakukan. Padahal adanya transportasi publik perlu didukung dengan hasil temuan ilmiah untuk membuat kebijakan yang tepat. Salah satu ilmu yang berusaha memahami penggunaan transportasi publik adalah pendekatan ilmu perilaku (Kormos dkk., 2021).

Dari sekian banyak konsep psikologi, peneliti memilih untuk menjelaskan topik kepuasan penumpang karena kepuasan adalah hal yang penting pada sebuah layanan transportasi publik dan kunci dari gambaran kualitas pelayanan. Kepuasan sendiri dapat diartikan sebagai ukuran puas atau tidaknya dari evaluasi penumpang pada kondisi perjalanan yang ia lakukan pada keseharian saat menggunakan transportasi publik (Ettema dkk., 2017). Umumnya, kepuasan pengguna dapat menentukan niat untuk kembali menggunakan transportasi publik (Adriani & Warmika, 2019; Irdiana & Iristian, 2019; Taniguchi & Friman, 2014), meskipun pada hasil lain terdapat sedikit pertentangan karena adanya faktor lain selain kepuasan yang menentukan niat penggunaan transportasi publik (Sumaedi dkk., 2012). Bahkan lebih jauh dari itu, kepuasan pada transportasi publik dapat berkaitan dengan kualitas hidup masyarakat (Jaśkiewicz & Besta, 2014; Kim dkk., 2020). Hal ini semakin menggambarkan bahwa penelitian tentang kepuasan

penggunaan transportasi publik penting untuk diteliti lebih jauh.

Kepuasan transportasi publik dapat dibedakan menjadi 3 jenis berdasarkan jangka waktunya, yakni kepuasan jangka pendek (kepuasan perjalanan), jangka menengah (kepuasan perjalanan harian), dan jangka panjang (kepuasan hidup) (De Vos & Witlox, 2017). Ketiga jenis kepuasan ini saling berhubungan satu-sama lain. Kepuasan bertransportasi juga dapat dijelaskan menggunakan pendekatan *goal theory* yang berorientasi pada tujuan dari pengguna (Sirgy, 2010). Teori lain yang juga dapat menjelaskan kepuasan bertransportasi adalah teori *Travel Mode Choice Cycle* (TMCC) yang merupakan gabungan dari *theory of planned behavior*, *goal-directed behavior*, dan teori disonansi kognitif (De Vos dkk., 2021). Berkaitan dengan faktor psikologis, beberapa riset terdahulu mencoba menjelaskan kepuasan penggunaan transportasi publik berdasarkan faktor norma sosial (De Angelis dkk., 2021), faktor risiko (An dkk., 2010), dan motivasi penggunaan untuk liburan (Lin dkk., 2012). Kami melakukan riset dengan menganalisis tiga faktor yang diduga berperan pada kepuasan bertransportasi publik, yakni faktor demografi, kualitas layanan, dan emosi.

Faktor pertama yang akan kami jelaskan pada penelitian ini adalah faktor demografi. Pada kepuasan penggunaan transportasi bus di Malaysia, perbedaan lingkungan urban dan rural turut menentukan tingkat kepuasan pengguna (Ponrahono dkk., 2015) dan karakteristik bentuk daerah perkotaan (seperti kesesakan, kepadatan, dan jarak ke pusat kota) menentukan kepuasan perjalanan (Mouratidis dkk., 2019). Usia diyakini oleh Stradling dkk. (2007) mampu berpengaruh pada kepuasan wisatawan pada transportasi bus, tetapi faktor seperti pendapatan dan jenis kelamin kurang signifikan. Sooriyabandara dan Hewage (2015) menemukan bahwa usia dan jenis kelamin tidak berhubungan dengan kepuasan penggunaan bus di Sri Lanka. Pada riset yang

sama, ditemukan bahwa perempuan dibandingkan laki-laki lebih puas pada penggunaan transportasi kereta api di Sri Lanka (Sooriyabandara & Hewage, 2015). Berdasarkan kajian literatur ini, kami membuat pertanyaan penelitian yakni “apakah faktor demografi berperan pada kepuasan penggunaan BRT?” Hipotesis mayor pertama adalah faktor demografi memprediksi kepuasan penggunaan BRT (H1). Secara khusus, kami membuat 4 hipotesis berdasarkan karakteristik demografi, yakni: (1) H1a: Jenis kelamin memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, (2) H1b: Usia memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, (3) H1c: Daerah tempat tinggal memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, dan (4) H1d: Penghasilan memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik.

Hal lain yang menentukan kepuasan pengguna transportasi publik adalah kualitas pelayanan dari petugas dan kondisi fisik sarana (Sinaga dkk., 2020; Yulita & Wijaya, 2020), harga (Irdiana & Iristian, 2019; Sinaga dkk., 2020; Sriyanto & Ditto, 2018; Sudirman dkk., 2020), kualitas sistem informasi (Apriliani dkk., 2020), kenyamanan (Yulita & Wijaya, 2020), dan tujuan perjalanan (Sooriyabandara & Hewage, 2015). Dari penjelasan tersebut, telah jelas bahwa banyak riset yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan kepuasan penumpang. Untuk itu, kami membuat pertanyaan penelitian: “Apakah faktor kualitas pelayanan dapat memprediksi kepuasan penggunaan BRT?” Hipotesis mayor kedua adalah faktor kualitas layanan secara bersama-sama memprediksi kepuasan penggunaan BRT (H2). Secara khusus, kami membuat sebanyak 5 hipotesis dari variabel kualitas layanan, yakni: (1) H2a: Penilaian harga memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, (2) H2b: Penilaian staf memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, (3) H2c: Penilaian informasi memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, (4) H2d: Penilaian

kenyamanan memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, dan (5) H2e: Penilaian tujuan perjalanan memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik.

Pada penelitian ini, kami juga menguji bagaimana faktor emosi dapat berhubungan dengan kepuasan pengguna BRT. Redman dkk. (2013) menjelaskan bahwa dari sekian banyak faktor, yang menyebabkan para pengguna mobil berpindah ke transportasi publik adalah faktor afektif atau emosional. Kepuasan konsumen juga dapat bergantung pada faktor afek positif dan negatif (Wei-Chen, 2011). *Mood* (suasana hati) ditemukan oleh Ettema dkk. (2017) berhubungan dengan kepuasan perjalanan. Lebih jauh lagi, menurut Ettema dkk. (2017), kondisi perjalanan berdampak pada perbedaan kepuasan dan juga suasana hati dari penumpang. Penjelasan ini yang semakin menguatkan kami bahwa faktor emosi menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut pada konteks BRT Banjarkakula yang masih jarang diteliti oleh peneliti psikologi. Berdasarkan penjelasan mengenai faktor emosi ini, kami membuat pertanyaan penelitian berupa: “Apakah ada peranan faktor emosi pada kepuasan pengguna transportasi publik?” Hipotesis mayor ketiga adalah faktor emosi secara bersama-sama memprediksi kepuasan penggunaan BRT (H2). Dari pertanyaan dan hipotesis mayor ini, dibuat dua hipotesis terkait faktor emosi yakni: (1) H3a: Afek negatif memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik dan (2) H3b: Afek positif memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik.

METODE

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei korelasional untuk menghubungkan variabel-variabel penelitian. Survei dilakukan secara daring menggunakan *surveyMonkey.com*. Poster undangan partisipasi riset disebar pada akun sosial media, seperti Instagram dan Whatsapp. Seluruh partisipan menjawab sendiri kuesioner daring

yang diberikan atau *self-reported* dengan mengklik tautan survei daring. Kami menggunakan konteks penelitian *Bus Rapid Transit* (BRT) 'Banjarkula' yang merupakan moda transportasi publik baru di Kalimantan Selatan. BRT berdiri sejak tahun 2019 dan melayani rute keberangkatan dari 2 kota utama, yakni kota Banjarmasin dan Banjarbaru. Kami menentukan variabel kriteria berupa kepuasan penggunaan transportasi publik. Kami menggunakan beberapa variabel prediktor yang diklasifikasikan menjadi 3, yakni: (1) Faktor demografi: jenis kelamin, usia, daerah tempat tinggal, dan penghasilan; (2) Faktor kualitas layanan: penilaian pada harga, staf, informasi, kenyamanan, dan tujuan perjalanan; serta (3) Faktor emosi: afek positif dan afek negatif. Pelaksanaan penelitian mematuhi kaidah etika penelitian, seperti pemberian hadiah undian berupa *voucher* pulsa dan *e-wallet* kepada partisipan terpilih, adanya *informed consent* di awal kuesioner, anonimitas, dan menjaga hak-hak partisipan lainnya.

Pada pengumpulan awal diperoleh sampel sebesar 607 orang melalui *purposive sampling*, tetapi hanya 425 orang yang mengisi secara penuh. Dari jumlah tersebut, partisipan diseleksi sesuai dengan kriteria pengguna BRT atau pernah menggunakan BRT dan berusia 17 tahun ke atas. Data yang dapat dianalisis untuk

menjawab hipotesis kepuasan pengguna BRT adalah sebanyak 151 orang pengguna BRT Banjarbarkula (*Mean age* = 20,58, *SD* = 1,699). Jumlah sampel ini telah memenuhi batas minimal dari perhitungan *G*Power* (Faul dkk., 2007) sebesar 123 orang (Uji regresi berganda, *Effect Size* = 0,15, *Alpha error prob.* = 0,05, *Power* = 0,8, jumlah prediktor = 11).

Pada tabel 1, mayoritas partisipan adalah perempuan sebanyak 119 orang (78,8%) dan laki-laki sebanyak 32 orang (21,2%). Terdapat sebanyak 135 orang (89,4%) bertempat tinggal di daerah perkotaan dan 16 orang (10,6%) berada di daerah pedesaan. Pada data penghasilan keluarga per bulan, kami menemukan (1) kurang dari/sama dengan Rp 500.000 sebanyak 13 orang (8,6%), (2) Rp 500.001 - Rp 700.000 sebanyak 5 orang (3,3%), (3) Rp 700.001 - Rp 1.000.000 sebanyak 7 orang (4,6%), (4) Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000 sebanyak 11 orang (7,3%), (5) Rp. 1.500.001 - Rp 2.000.000 sebanyak 15 orang (9,9%), (6) Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 sebanyak 18 orang (11,9%), (7) Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000 sebanyak 36 orang (23,8%), dan (8) Lebih besar dari Rp 5.000.000 sebanyak 46 orang (30,5%). Semua partisipan menyatakan pernah menggunakan BRT sebelumnya.

Tabel 1.
Data Demografi Partisipan

No	Demografi	Jumlah Frekuensi	%
1	Jenis kelamin:		
	Laki-laki	32	21,2
	Perempuan	119	78,8
2	Tempat tinggal		
	Perkotaan	135	89,4
	Pedesaan	16	10,6
3	Penghasilan keluarga per-bulan		
	Kurang dari Rp 500.000	13	8,6
	Rp 500.001 - Rp 700.000	5	3,3
	Rp 700.001 - Rp 1.000.000	7	4,6
	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	11	7,3
	Rp. 1.500.001 - Rp 2.000.000	15	9,9
	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	18	11,9
	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	36	23,8
	Lebih dari Rp 5.000.000	46	30,5

Beberapa pengukuran menggunakan skala penilaian kualitas layanan yang terdiri dari 5 variabel (harga, staf, informasi, kenyamanan, dan tujuan perjalanan) pada konteks BRT Banjarkakula diadaptasi dari Ingvardson dan Nielsen (2019) dengan respon jawaban menggunakan Skala Likert (1 = Sangat tidak setuju hingga 4 = Sangat setuju). Alat ukur afek positif dan negatif menggunakan skala *Positive Affect and Negative Affect* (PANAS) (Watson dkk., 1988) dengan pilihan jawaban 1 = sama sekali tidak merasa hingga 5 = amat sangat merasa. Alat ukur diadaptasi dengan menggunakan pedoman adaptasi alat ukur dari Beaton dkk. (2000). Kami membuat sendiri 1 butir skala variabel terikat (kepuasan pada transportasi publik). Adapun rincian alat ukur dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kepuasan penggunaan BRT
Kepuasan penggunaan BRT didefinisikan sebagai evaluasi penumpang atau pengguna BRT akan terpenuhinya harapan mereka terhadap BRT. Secara operasional, kami mengukur kepuasan penggunaan BRT dengan menanyakan 1 butir pernyataan berbunyi “Secara umum, bagaimana perasaan Anda saat naik BRT Banjarkakula” dengan pilihan jawaban 1 = sangat tidak puas hingga 5 = sangat puas.
2. Penilaian Harga
Penilaian harga didefinisikan sebagai penilaian pengguna BRT terhadap kualitas layanan berupa biaya dari BRT. Secara operasional, variabel ini diukur menggunakan alat ukur yang terdiri dari 2 butir, yakni “Ongkos transportasi publik masuk akal”, dan “Transportasi publik memberikan nilai uang” dengan nilai korelasi sebesar $r = 0,526$, $p < 0,001$.
3. Penilaian Staf
Penilaian staf didefinisikan sebagai penilaian pengguna BRT terhadap kualitas layanan dari staf yang bertugas di BRT. Secara operasional, variabel ini diukur menggunakan alat ukur yang terdiri dari 2

butir, yakni “Staf menjawab pertanyaan saya dengan benar” dan “Staf berperilaku dengan baik dan benar” dengan nilai korelasi sebesar $r = 0,820$, $p < 0,001$.

4. Penilaian Informasi
Penilaian informasi didefinisikan sebagai penilaian pengguna BRT terhadap kualitas layanan melalui kualitas informasi yang diberikan oleh BRT ada penumpang. Secara operasional, kami mengukur variabel ini dengan menggunakan alat ukur yang terdiri dari 3 butir, yakni “Mudah untuk mendapat informasi sebelum perjalanan”, “Pemberian informasi bagus saat terjadi masalah”, dan “Pemberian Informasi bagus saat berada di pemberhentian dan terminal”. Nilai reliabilitas (α) adalah 0,729.
5. Penilaian Kenyamanan
Penilaian kenyamanan didefinisikan sebagai penilaian pengguna BRT terhadap kualitas layanan pada tingkat kenyamanan saat menggunakan BRT. Secara operasional, kami mengukur variabel ini dengan menggunakan alat ukur yang terdiri dari 4 butir, yakni “Bepergian dengan transportasi publik adalah hal yang nyaman”, “Busnya modern”, “Busnya bersih”, dan “Saya umumnya mendapat tempat duduk saat bepergian dengan transportasi publik”. Nilai reliabilitas (α) adalah 0,686.
6. Penilaian Tujuan Perjalanan
Penilaian tujuan perjalanan didefinisikan sebagai penilaian pengguna BRT terhadap kualitas layanan untuk mengetahui bagaimana kemampuan BRT dapat digunakan untuk mencapai berbagai tujuan aktivitas. Secara operasional, kami mengukur variabel ini dengan menggunakan alat ukur yang terdiri dari 4 butir, yakni “Transportasi publik bagus untuk perjalanan bekerja/sekolah”, “Transportasi publik bagus untuk berbelanja, plesir, dll.”, “Transportasi publik bagus untuk perjalanan ke luar

pusat kota”, dan “Transportasi publik bagus untuk perjalanan ke pusat kota.”. Nilai reliabilitas (α) adalah 0.721.

7. Afek Positif

Afek positif didefinisikan sebagai bagaimana pengguna BRT merasakan sesuatu (nada perasaan) di dalam dirinya yang bersifat positif. Secara operasional, pengukuran ini dilakukan dengan menilai afek positif yang dirasakan pengguna BRT, yaitu tertarik, bergairah, kuat, antusias, bangga, waspada, bersemangat, bertekad, penuh, perhatian, dan aktif. Pada afeksi peneliti menggunakan dari Watson, dkk (1988) PANAS (*Positive Affect and Negative Affect Scale*). Afek positif terdiri dari 10 butir dengan nilai reliabilitas (α) sebesar 0,836.

8. Afek Negatif

Afek negatif didefinisikan sebagai bagaimana pengguna BRT merasakan sesuatu (nada perasaan) di dalam dirinya yang bersifat negatif. Secara operasional, pengukuran ini dilakukan dengan menilai afek negatif yang dirasakan pengguna BRT, yaitu tertekan, kecewa, merasa bersalah, takut/ kecil hati, bermusuhan, jengkel, malu, gugup, gelisah, dan khawatir. Pada afeksi negatif juga

menggunakan PANAS dari Watson, dkk (1988). Afek positif terdiri dari 10 butir dengan nilai reliabilitas (α) sebesar 0,863.

9. Faktor demografi

Kami menanyakan beberapa pertanyaan terkait faktor demografi, yakni jenis kelamin (1 = Laki-laki, 2 = Perempuan), usia (dalam tahun), daerah tempat tinggal (0=pedesaan, 1=perkotaan), dan penghasilan keluarga dalam sebulan (1 = kurang dari/sama dengan Rp 500.000; 2 = Rp 500.001 - Rp 700.000; 3 = Rp 700.001 - Rp 1.000.000; 4 = Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000; 5 = Rp. 1.500.001 - Rp 2.000.000; 6 = Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000; 7 = Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000; dan 8 = lebih besar dari Rp 5.000.000.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate* dan deskriptif statistik. Kami melakukan uji hipotesis dengan menggunakan regresi hierarki dengan *step* 1 adalah faktor demografi, *step* 2 adalah faktor penilaian kualitas pelayanan, dan *step* 3 adalah faktor emosi. Seluruh analisis data menggunakan bantuan *software* statistik di komputer.

Tabel 2.
 Hasil uji korelasi *bivariate* dan deskripsi statistik

	Skala	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Jenis Kelamin	-	1,788	0,410	-	-0,025	0,085	0,159	-0,103	-0,191*	-0,021	-0,003	-0,186*	-0,035	-0,123	-0,005
2. Usia (Angka)	-	20,580	1,699	-	-	-0,010	-0,096	0,144	0,044	0,079	-0,010	0,093	-0,050	0,107	-0,081
3. Daerah Tempat Tinggal	-	0,894	0,309	-	-	-	0,081	0,155	0,127	0,056	0,089	0,104	-0,135	0,045	0,054
4. Penghasilan keluarga per-bulan	-	5,901	2,229	-	-	-0,026	-	-0,026	0,046	-0,163*	-0,104	-0,043	-0,106	0,145	-0,040
5. Penilaian Harga	1-4	3,350	0,435	-	-	-	-	-	0,560**	0,317**	0,539**	0,495**	-0,120	0,256**	0,295**
6. Penilaian Staf	1-4	3,260	0,447	-	-	-	-	-	-	0,362**	0,513**	0,463**	-0,143	0,360**	0,290**
7. Penilaian Informasi	1-4	3,000	0,515	-	-	-	-	-	-	-	0,466**	0,361**	-0,105	0,057	0,252**
8. Penilaian Kenyamanan	1-4	3,100	0,447	-	-	-	-	-	-	-	-	0,534**	-0,193*	0,250**	0,548**
9. Penilaian Tujuan Perjalanan	1-4	3,150	0,439	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,139	0,243**	0,271**
10. Afek Negatif	1-5	2,280	0,712	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,141	-0,246**
11. Afek Positif	1-5	3,380	0,605	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,270**
12. Kepuasan	1-5	3,870	0,754	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Keterangan: *p < 0,05, ** p < 0,01

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 2 hasil uji korelasi *bivariate*, kami menemukan bahwa seluruh faktor penilaian kualitas layanan berkorelasi dengan kepuasan penggunaan BRT. Uji korelasi menunjukkan bahwa penilaian biaya ($r = 0,295$, $p < 0,01$), staf ($r = 0,290$, $p < 0,01$), informasi ($r = 0,252$, $p < 0,01$), kenyamanan ($r = 0,548$, $p < 0,01$), dan tujuan perjalanan ($r = 0,271$, $p < 0,01$) berkorelasi positif dengan kepuasan penggunaan BRT. Pada faktor emosi, hasil korelasi menunjukkan bahwa afek negatif

berkorelasi negatif dengan kepuasan penggunaan BRT ($r = -0,246$, $p < 0,01$), sementara afek positif ($r = 0,270$, $p < 0,01$) berkorelasi positif dengan kepuasan penggunaan BRT. Pada faktor demografi (jenis kelamin, usia, daerah tempat tinggal, dan penghasilan keluarga per bulan) tidak berhubungan dengan kepuasan. Berdasarkan uji korelasi ini, didapatkan hasil bahwa variabel penilaian kenyamanan memiliki nilai koefisien korelasi yang paling tinggi terhadap kepuasan.

Tabel 3.
Hasil uji regresi hierarki pada kepuasan penggunaan BRT

	Model 1 β	Model 2 β	Model 3 β
<i>Step 1: Demografi</i>			
Jenis Kelamin	-0,004	-0,009	0,002
Umur	-0,085	-0,075	-0,101
Daerah tempat tinggal	0,058	0,003	-0,011
Penghasilan keluarga per-bulan	-0,052	0,010	-0,032
<i>Step 2: Kualitas Layanan</i>			
Penilaian Harga		0,016	0,018
Penilaian Staf		0,014	-0,032
Penilaian Informasi		0,006	0,021
Penilaian Kenyamanan		0,547***	0,499***
Penilaian Tujuan Perjalanan		-0,033	-0,046
<i>Step 3: Emosi</i>			
Afek Negatif			-0,144*
Afek Positif			0,159*
R^2	0,012	0,307	0,349
<i>F for change in R²</i>	0,444	12,004***	4,539*

Keterangan: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Pada tabel 3, kami melakukan uji regresi hierarki. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada *step 1* tidak ditemukan peranan yang signifikan dari faktor demografi (H1 tidak terkonfirmasi). Pada *step 2*, kami menemukan pada faktor kualitas layanan secara bersama-sama berperan pada kepuasan (H2 terkonfirmasi), tetapi hanya penilaian kenyamanan yang signifikan secara positif memprediksi kepuasan penggunaan BRT ($\beta = 0,547$, $t = 5,557$, $p < 0,001$), sementara variabel lain pada demografi dan kualitas layanan tidak signifikan. Temuan peranan penilaian kenyamanan tetap konsisten ditemukan signifikan memprediksi kepuasan pada *step 3*.

Kemudian pada *step 3*, faktor emosi secara bersama-sama signifikan berperan pada kepuasan (H3 terkonfirmasi). Kami menemukan bahwa afek positif signifikan memprediksi positif kepuasan penggunaan BRT ($\beta = -0,144$, $t = -2,028$, $p < 0,05$) memprediksi negatif kepuasan menggunakan BRT. Sementara itu, afek negatif secara signifikan memprediksi negatif kepuasan penggunaan BRT ($\beta = 0,159$, $t = -2,086$, $p < 0,05$). Pada *step 1* memiliki koefisien determinasi $R^2 = 0,012$, tetapi tidak signifikan ($F(4, 146) = 0,444$, $p = 0,777$). Pada *step 2* memiliki koefisien determinasi $R^2 = 0,307$, $F(5, 141) = 12,004$, $p < 0,001$ dan pada *step 3*

memiliki koefisien determinasi $R^2 = 0,349$, $F(2, 139) = 4,539$, $p < 0,05$.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi hierarki untuk mengetahui pengaruh faktor demografis (jenis kelamin, usia, daerah tempat tinggal dan penghasilan), kualitas layanan (harga, staf, informasi, kenyamanan, dan tujuan perjalanan), dan pengaruh faktor emosi terhadap kepuasan menggunakan transportasi publik BRT Banjarbakula. Hasil nilai koefisien regresi di semua *step* menunjukkan bahwa jenis kelamin (H1a), usia (H1b), daerah tempat tinggal (H1c), dan penghasilan keluarga (H1d) tidak terkonfirmasi berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan transportasi publik. Temuan ini cukup mengejutkan karena faktor demografi yang selama ini diprediksi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ternyata justru sebaliknya. Beberapa kajian literatur sebelumnya menyebutkan bahwa jenis kelamin (Ma dkk., 2017; Mirzagoli & Memarian, 2015), daerah tempat tinggal (Ma dkk., 2017), penghasilan (Ariansyah, 2017; Christasani & Satibi, 2016; Ma dkk., 2017), dan usia (Ma dkk., 2017; Siddiqui & Khan, 2017) dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

Meskipun faktor demografi terbukti tidak berperan pada kepuasan, dari hasil data demografi pengguna BRT Banjarbakula, mayoritas pengguna adalah perempuan, tinggal di perkotaan, berusia produktif (18-31 tahun), dan berstatus sosial ekonomi menengah ke atas dibuktikan dengan penghasilan keluarga per bulan. Mengapa keempat variabel pada faktor demografi tidak signifikan memprediksi kepuasan pengguna transportasi publik BRT Banjarbakula? Cristasani dan Satibi (2016) menyebutkan bahwa baik jenis kelamin laki-laki dan perempuan cenderung akan memiliki tingkat kepuasan yang sama sehingga tidak terlihat perbedaannya, yang berarti bahwa jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Asal daerah tempat tinggal tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan

pengguna transportasi publik BRT Banjarbakula didominasi berasal dari perkotaan (89,4%). Keterjangkauan dan kedekatan lokasi partisipan dengan BRT Banjarbakula akan menentukan kepuasan konsumen (Desrianto & Afridola, 2020; Winarno & Manullang, 2018). Demikian juga dengan faktor demografi berupa penghasilan keluarga tidak memprediksi kepuasan. Pada saat ini, biaya ongkos transportasi BRT Banjarbakula tergolong murah bervariasi dari harga Rp 2.000 (pelajar), Rp 5.000 (umum berlangganan), dan Rp 6.000 (umum tidak berlangganan). Keiningham dkk. (2014) menerangkan bahwa harga umumnya berbanding terbalik dengan kepuasan yang artinya semakin rendah harga maka semakin tinggi kepuasan. Bagi lapisan masyarakat dari status ekonomi ke bawah dapat memanfaatkan moda transportasi ini, mendapatkan layanan, dan memiliki kepuasan yang cenderung sama. Pada faktor usia, riset lain menemukan bahwa usia tidak berhubungan dengan kepuasan penggunaan bus (Sooriyabandara & Hewage, 2015). Dengan rata-rata usia partisipan pada 20,58 tahun, alasan faktor usia tidak berpengaruh pada kepuasan karena kategori usia partisipan kami kurang bervariasi (18-31 tahun). Lebih banyak penumpang usia produktif yang menggunakan BRT Banjarbakula.

Pada uji hipotesis, kami menemukan bahwa di antara 5 kualitas layanan, hanya penilaian kenyamanan yang terkonfirmasi signifikan memprediksi kepuasan penggunaan BRT (H2d, terkonfirmasi). Sementara variabel lain, yakni penilaian harga (H2a), staf (H2b), informasi (H2c), dan tujuan perjalanan (H2e) tidak terkonfirmasi signifikan berperan pada kepuasan. Meskipun demikian, hasil uji korelasi *bivariate* menjelaskan bahwa semua variabel pada kualitas layanan secara signifikan berkorelasi dengan lemah pada kepuasan, kecuali untuk variabel kenyamanan dengan nilai $r = 0,548$ ($p < 0,001$). Temuan yang tidak signifikan pada uji regresi

bertentangan dengan studi terdahulu yang mempelajari pengaruh harga, (Irdiana & Iristian, 2019; Sinaga dkk., 2020; Sriyanto & Ditto, 2018; Sudirman dkk., 2020), staf (Sinaga dkk., 2020; Yulita & Wijaya, 2020), kualitas sistem informasi (Apriliani dkk., 2020), dan tujuan perjalanan (Sooriyabandara & Hewage, 2015). Saat ini BRT Banjarbakula memiliki harga yang relatif murah dan mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Kami menilai letak kepuasan dari penumpang BRT bukan terletak pada besar harga. BRT Banjarbakula memiliki kualitas layanan informasi yang cukup baik. Ketersediaan informasi yang mudah diakses melalui sosial media yaitu Instagram dan Whatsapp membuat penumpang atau calon penumpang mampu mendapatkan informasi terkini. Sesuai observasi yang dilakukan oleh peneliti, di dalam setiap armada bus BRT Banjarbakula setidaknya memiliki tiga petugas yang terdiri dari 1 sopir dan 2 petugas tiket. Adanya kecukupan jumlah petugas di lapangan dibandingkan dengan jumlah penumpang membuat peran staf kurang berpengaruh pada kepuasan penumpang. BRT Banjarbakula sendiri memiliki keterbatasan dalam rute layanan yang hanya terbatas pada dua kota besar, yakni Banjarbaru dan Banjarmasin dengan panjang rute sekitar 25 km. Banyak partisipan kami yang berusia produktif sehingga cakupan aktivitas penggunaan RT Banjarbakula terbatas untuk keperluan kerja atau sekolah/ kuliah di daerah kota Banjarmasin dan Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Berdasarkan analisis ini, sebagai satu-satunya moda transportasi publik pelopor berbentuk bus, cukup jelas bahwa kepuasan penumpang BRT Banjarbakula ini tidak berkaitan dengan penilaian harga, staf, informasi, dan tujuan perjalanan.

Pada kualitas pelayanan, satu-satunya variabel yang signifikan memprediksi kepuasan penggunaan BRT adalah kenyamanan (H2d, terkonfirmasi). Kenyamanan merupakan prediktor yang paling

kuat dalam menjelaskan peningkatan kepuasan penggunaan BRT. Temuan ini searah dengan hasil riset dari Yulita dan Wijaya (2020). Kenyamanan dapat berkaitan dengan stresor (Legrain dkk., 2015). Ketika transportasi publik semakin tidak nyaman, misalnya panas dan bising, maka stresor meningkat dan menurunkan kepuasan penumpang (Legrain dkk., 2015). Sebelum adanya BRT Banjarbakula, transportasi publik di Kalimantan Selatan antar-kota menggunakan minibus yang dikelola oleh masyarakat dan sebagian besar diantaranya memiliki kualitas yang kurang baik (misal: armada lama, tanpa AC). Hadirnya BRT menjadi alternatif pilihan terbaik baik warga di kota Banjarmasin dan Banjarbaru untuk beraktivitas.

Pada hipotesis lain, di faktor emosi, kami menemukan bahwa afek negatif terkonfirmasi memiliki peranan signifikan yang kecil terhadap penurunan kepuasan (H3a, terkonfirmasi), sedangkan afek negatif terkonfirmasi memiliki peranan signifikan yang juga kecil terhadap peningkatan kepuasan (H3b, terkonfirmasi). Bagi sebagian orang, bepergian menggunakan transportasi publik tidak lebih membahagiakan dibandingkan tetap berada di rumah bersama keluarga (Lancée dkk., 2017), khususnya ketika harus bepergian menggunakan bus (Morris & Guerra, 2015b, 2015a). Pada temuan kami, individu yang memiliki afeksi positif tinggi mempunyai pengalaman penggunaan transportasi umum yang menyenangkan atau sesuai harapan, seperti perasaan aman dan nyaman yang didapat dari fasilitas dan pelayanan yang membuat individu merasa puas. Individu yang memiliki afek negatif tinggi mempunyai pengalaman penggunaan transportasi umum yang membosankan atau tidak sesuai harapan, seperti menunggu angkutan yang terlambat, waktu perjalanan yang cukup lama, kesesakan di dalam bus, harus berdiri sepanjang perjalanan, dan tertinggal bus. Dampak dari afek negatif ini adalah kepuasan yang rendah. Untuk itu, kami

yakin dengan memperhatikan kondisi emosional penumpang, maka kepuasan dalam bepergian dapat meningkat.

Riset ini memiliki beberapa limitasi. Pertama, keterbatasan dalam cakupan kategori demografi partisipan, sebagai contoh kebanyakan usia partisipan berkisar antara 18-31 tahun. Peneliti di masa yang akan datang perlu mempertimbangkan untuk memperluas cakupan sampel penelitian pada kategori-kategori yang lebih luas. Kedua, riset ini terbatas hanya menjelaskan penggunaan transportasi publik berupa *Bus Rapid Transit* yang belum lama beroperasi di Kalimantan Selatan. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan analisis kepuasan penumpang pada moda transportasi publik lain, baik di darat, air, maupun udara, serta pada moda transportasi yang sudah lama beroperasi.

SIMPULAN

Kepuasan penumpang adalah bagian penting dari pengelolaan moda transportasi publik. Hasil survei korelasional ini menemukan bahwa faktor yang berkaitan dengan konsep emosi signifikan berperan pada kepuasan penggunaan transportasi publik. Pada uji regresi hierarki, kami menemukan bahwa kenyamanan dan afek positif secara signifikan memprediksi peningkatan kepuasan penumpang. Sebaliknya, afek negatif secara signifikan memprediksi penurunan kepuasan penumpang. Pengalaman-pengalaman emosional yang diperoleh penumpang saat menggunakan transportasi publik menjadi penting untuk mendukung kepuasan penumpang. Pengalaman-pengalaman positif akan memberikan emosi positif yang dapat meningkatkan kepuasan penumpang. Sebaliknya, pengalaman negatif akan memicu emosi negatif sehingga menurunkan kepuasan penumpang.

Secara praktis, temuan ini dapat memberikan saran atau implikasi untuk kebijakan pengelolaan transportasi publik.

Menurut Kormos dkk. (2021) intervensi pada konsep emosional di topik transportasi publik masih minim dilakukan. Untuk itu, kami menyarankan agar nantinya para *stakeholder* terkait (pemerintah, pengelola transportasi publik, dan masyarakat) memberikan perhatian lebih pada faktor emosi dalam menentukan kepuasan dan perilaku bertransportasi publik di Indonesia. Implikasi yang dapat dilakukan untuk memberikan pengalaman emosi positif demi meningkatkan kepuasan adalah dengan peningkatan kualitas layanan, memperluas cakupan rute layanan, pemberian informasi jadwal keberangkatan yang mudah terpantau oleh penumpang, peningkatan fasilitas, keramahan petugas lapangan, hingga menjaga besar biaya yang tetap masuk akal. Sebagai alternatif transportasi di tengah masyarakat, BRT perlu menyediakan keunggulan dibandingkan transportasi pribadi sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi publik dibandingkan transportasi pribadi. Meskipun tidak semua variabel pada faktor kualitas layanan secara signifikan menjelaskan kepuasan penumpang BRT Banjarbakula, melalui Sriyanto dan Ditto (2018), kami tetap memberikan saran untuk dapat meningkatkan kualitas layanan, terutama faktor kenyamanan pada penggunaan transportasi publik di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim *Social and Environmental Behavior Laboratory* (SnEBLAB) dan *Wetland Diseases Centre* (WDC) dari Universitas Lambung Mangkurat yang mendukung pelaksanaan penelitian ini. Penelitian ini didukung oleh LPPM Universitas Lambung Mangkurat melalui hibah riset Program Dosen Wajib Meneliti (PDWM) 2021 klaster pemula [No: 697/UN8/PG/2021], kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Lambung Mangkurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, N. N., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 1956.
- An, M., Lee, C., & Noh, Y. (2010). Risk factors at the travel destination: Their impact on air travel satisfaction and repurchase intention. *Service Business*, 4(2), 155–166.
- Apriliani, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online. *Systematics*, 2(1), 12.
- Ariansyah, K. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Pitalebar Bergerak Determinants of Customer Satisfaction against Mobile Broadband. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 15(1), 27–42.
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186–3191.
- Christasani, P. D., & Satibi, S. (2016). Kajian Faktor Demografi Terhadap Kepuasan Pasien Jaminan Kesehatan Nasional Pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama. *Journal of Pharmaceutical Sciences and Community*, 13(1), 28–34.
- De Angelis, M., Mantecchini, L., & Pietrantonio, L. (2021). A cluster analysis of university commuters: Attitudes, personal norms and constraints, and travel satisfaction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9).
- De Vos, J., Singleton, P. A., & Gärling, T. (2021). From attitude to satisfaction: introducing the travel mode choice cycle. *Transport Reviews*, 1–18.
- De Vos, J., & Witlox, F. (2017). Travel satisfaction revisited. On the pivotal role of travel satisfaction in conceptualising a travel behaviour process. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 106, 364–373.
- Desrianto, D., & Afridola, S. (2020). Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033.
- Dipanegara, H. P., Samin, S., & Samad, A. (2020). Evaluasi kinerja Bus Rapid Transit (BRT) Banjarkakula pada rute wilayah kota Banjarmasin. *Seminar Nasional Teknologi Dan Rekayasa (SENTRA) 2020*. Doi: 10.22219/sentra.v0i6.3870
- Ettema, D., Friman, M., Olsson, L. E., & Gärling, T. (2017). Season and weather effects on travel-related mood and travel satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 8, 1–9.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191.
- Ingvardson, J. B., & Nielsen, O. A. (2019). The relationship between norms, satisfaction and public transport use: A comparison across six European cities using structural equation modelling. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 126, 37–57.
- Irdiana, S., & Iristian, J. (2019). Minat Memesan Kembali Transportasi Online. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 110–118.
- Jaśkiewicz, M., & Besta, T. (2014). Heart and mind in public transport: Analysis of motives, satisfaction and psychological correlates of public transportation usage in the Gdańsk-Sopot-Gdynia Tricity Agglomeration in Poland. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 26, 92–101.
- Keiningham, T., Gupta, S., Aksoy, L., & Buoye, A. (2014). The high price of customer satisfaction. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 37–46.
- Kim, J., Schmöcker, J. D., Nakamura, T., Uno, N., & Iwamoto, T. (2020). Integrated impacts of public transport travel and travel satisfaction on quality of life of older people. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 138, 15–27.
- Kormos, C., Sussman, R., & Rosenberg, B.

- (2021). How cities can apply behavioral science to promote public transportation use. *Behavioral Science and Policy*, 7(1), 95–115.
- Lancée, S., Veenhoven, R., & Burger, M. (2017). Mood during commute in the Netherlands: What way of travel feels best for what kind of people? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 104, 195–208.
- Legrain, A., Eluru, N., & El-Geneidy, A. M. (2015). Am stressed, must travel: The relationship between mode choice and commuting stress. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 34, 141–151.
- Lin, Y. H., Lee, Y. C., & Wang, S. C. (2012). Analysis of motivation, travel risk, and travel satisfaction of Taiwan undergraduates on work and travel overseas programmes: Developing measurement scales. *Tourism Management Perspectives*, 2–3, 35–46.
- Ma, Y., Zou, X., & Xu, J. (2017). Do Demographic Factors Have an Effect on Resident's Satisfaction of the Transportation System? A Case Study of Nansha District in Guangzhou. *17th COTA International Conference of Transportation Professionals*, 1601–1610.
- Mirzagoli, M., & Memarian, E. (2015). The effects of demographic factors on customer satisfaction from ATM (Case Study: mellat Bank in Mazandaran state). *Cumhuriyet University Faculty of Science Science Journal (CSJ)*, 36(3), 2049–2056.
- Morris, E. A., & Guerra, E. (2015a). Are we there yet? Trip duration and mood during travel. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 33, 38–47.
- Morris, E. A., & Guerra, E. (2015b). Mood and mode: does how we travel affect how we feel? *Transportation*, 42(1), 25–43.
- Mouratidis, K., Ettema, D., & Næss, P. (2019). Urban form, travel behavior, and travel satisfaction. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 129, 306–320.
- Ponrahono, Z., Bachok, S., Ibrahim, M., & Mohamed, M. (2015). A Study of Urban-Rural Public Bus Passengers' Demographic and Trip Characteristics in Peninsular Malaysia. *Journal of Architecture, Planning and Construction Management*, 5(1), 57–69.
- Redman, L., Friman, M., Gärling, T., & Hartig, T. (2013). Quality attributes of public transport that attract car users: A research review. *Transport Policy*, 25, 119–127.
- Siddiqui, U. A., & Khan, M. S. (2017). An Exploratory Study on Effect of Demographic Factors on Consumer Satisfaction and Its Determinants in E-Retailing. *Management Studies and Economic Systems*, 3(3), 159–171.
- Sinaga, L. R., Efendi, N., & Harori, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(November), 89–96.
- Sirgy, M. J. (2010). Toward a quality-of-life theory of leisure travel satisfaction. *Journal of Travel Research*, 49(2), 246–260.
- Sooriyabandara, C. N., & Hewage, D. (2015). Analysis of Factors Affecting Passenger Satisfaction on Service Quality in Public Transportation in Sri Lanka. *11th International Research Conference General Sir John Kotelawala Defence University*, 178–185. Retrieved from [http://ir.kdu.ac.lk/bitstream/handle/345/2647/IRC2018\(178-185\).pdf?sequence=1](http://ir.kdu.ac.lk/bitstream/handle/345/2647/IRC2018(178-185).pdf?sequence=1)
- Sriyanto, A., & Ditto, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Publik Bus Transjakarta Koridor 13 (Ciledug – Blok M). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 7(1), 15–27.
- Stradling, S., Carreno, M., Rye, T., & Noble, A. (2007). Passenger perceptions and the ideal urban bus journey experience. *Transport Policy*, 14(4), 283–292.
- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323.
- Sumaedi, S., Gede Mahatma, I., Bakti, Y., & Yarmen, M. (2012). The Empirical Study Of Public Transport Passengers'

- Behavioral Intentions: The Roles Of Service Quality, Perceived Sacrifice, Perceived Value, And Satisfaction. *Research Center for Quality System and Testing Technology*, 2(1), 83–97.
- Sya'rawie, M. M. (2021, September 12). Pemprov Kalsel Bakal Tambah Armada BRT Untuk Banjar Bakula. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://kalimantan.bisnis.com/read/20210912/407/1441318/pemprov-kalsel-bakal-tambah-armada-brt-untuk-banjar-bakula>.
- Taniguchi, A., Gräas, C., & Friman, M. (2014). Satisfaction with travel, goal achievement, and voluntary behavioral change. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 26, 10–17.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070.
- Wei-Chen, T. (2011). The impact of customer's affective trait on e-service quality and satisfaction - Travel website cases. *International Conference on Advanced Communication Technology, ICACT*, 1434–1439.
- Winarno, B., & Manullang, O. R. (2018). Parameter Penentu Penggunaan Transportasi Umum Di Perkotaan Pati. *Tataloka*, 20(1), 75.
- Yulita, H., & Wijaya, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Publik terhadap Kepuasan Konsumen. *Management & Accounting Expose*, 3(1), 1–12.
- Yuniarty, N. D., & Pahlevi, K. (2020). Analisis willingness to pay pengguna jasa Bus Rapid Transit (Brt) Banjarbakula dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(1), 80–97.