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

**Muhammad Abdan Shadiqi\*, Dwi Nur Rachmah, Devy Sry Rahayu, Nabila Wulandari Ananda Putri, Dody Hermawan, & Hemy Heryati Anward**

**Studi Program Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Lambung Mangkurat,**

**Jl. A. Yani Km. 36** **Banjarbaru, Indonesia 70714**

\*Email Penulis Korespondensi: abdan.shadiqi@ulm.ac.id

**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. Kami melakukan survei korelasional terhadap 151 orang pengguna BRT Banjarbakula. 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 meningkat penilaian kepuasan penggunaan transportasi publik.

**Kata Kunci:** kepuasan, faktor emosional, transportasi publik, *bus rapid transit*.

**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. We conducted a correlational survey of 151 Banjarbakula BRT users. 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.*

**Keywords:** *satisfaction, emotional factor, public transportation, bus rapid transit.*

**PENDAHULUAN**

Kalimantan Selatan saat ini memiliki moda transportasi modern dengan nama Bus Rapid Transit (BRT) Banjarbakula. 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 et al., 2020) dan keinginan untuk membayar (Yuniarty & Pahlevi, 2020). Ini artinya riset-riset transportasi publik di BRT Banjarbakula masih sedikit dilakukan. Padahal adanya transportasi publik perlu didukung dengan hasil temuan ilmiah untuk membuat kebijakan tepat. Salah satu ilmu yang berusaha memahami penggunaan transportasi publik adalah pendekatan ilmu perilaku (Kormos et al., 2021).

Dari sekian banyak konsep psikologi, kami 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 et al., 2017). Umumnya kepuasan pengguna dapat menentukan niat kembali menggunakan transportasi publik online (Adriani & Warmika, 2019; Irdiana & Iristian, 2019), meskipun dihasil lain terdapat sedikit pertentangan karena adanya faktor lain selain kepuasan yang menentukan niat penggunaan transportasi publik (lihat Sumaedi et al., 2012). Bahkan lebih jauh dari itu, kepuasan pada transportasi publik dapat berkaitan dengan kualitas hidup masyarakat (Jaśkiewicz & Besta, 2014). Ini semakin menggambarkan bahwa penelitian tentang kepuasan penggunaan transportasi publik penting untuk diteliti lebih jauh.

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 et al., 2015). Usia diyakini oleh Stradling et al. (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 berargumentasi bahwa faktor demografi berhubungan dengan kepuasan penggunaan BRT. Secara khusus kami membuat 4 hipotesis berdasarkan karakteristik demografi, yakni H1a: Jenis kelamin memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, H1b: Usia memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, H1c: Daerah tempat tinggal memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, dan 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 et al., 2020; Yulita & Wijaya, 2020), harga (Irdiana & Iristian, 2019; Sinaga et al., 2020; Sriyanto & Ditto, 2018; Sudirman et al., 2020), kualitas sistem informasi (Apriliani et al., 2020), kenyamanan (Yulita & Wijaya, 2020), dan tujuan perjalanan (Sooriyabandara & Hewage, 2015). Dari penjelasan ini, telah jelas bahwa banyak riset yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan kepuasan penumpang. Untuk itu, kami membuat asumsi bahwa kualitas pelayanan dapat memprediksi kepuasan penggunaan BRT, secara khusus kami membuat sebanyak 5 hipotesis dari variabel kualitas layanan, yakni H2a: Penilaian harga memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, H2b: Penilaian staf memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, H2c: Penilaian informasi memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, H2d: Penilaian kenyamanan memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, dan 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 et al. (2013) menjelaskan 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 et al. (2017) berhubungan dengan kepuasan perjalanan. Lebih jauh lagi, menurut Ettema et al. (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 Banjarbakula yang masih jarang diteliti oleh peneliti psikologi. Berdasarkan penjelasan mengenai faktor emosi ini, kami membuat dua hipotesis terkait faktor emosi yakni: H3a: Afek negatif memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik dan H3b: Afek positif memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik.

**METODE**

Kami menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei korelasional untuk menghubungkan variabel-variabel penelitian. Survei dilakukan secara daring menggunakan Survey Monkey. Kami menggunakan konteks penelitian Bus Rapid Transit (BRT) 'Banjarkula' adalah 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. Untuk memprediksi kepuasan penggunaan transportasi publik, kami menggunakan beberapa variabel 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; (3) Faktor Emosi: Afek Positif dan Afek Negatif.

Survei daring dilakukan menggunakan surveymonkey.com terhadap 151 orang pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Banjarbarkula (Mean age=20.58, SD=1,699). 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 (11,9%), (6) Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 sebanyak 18 orang (23,8%), (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.

Beberapa pengukuran menggunakan skala penilaian kualitas layanan yang terdiri dari 5 variabel (harga, staf, informasi, kenyamanan, dan tujuan perjalanan) 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 et al., 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 et al. (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. Kami mengukur kepuasan penggunaan BRT dengan menanyakan 1 butir pernyataan berbunyi “Secara umum, bagaimana perasaan Anda saat naik BRT Banjarbakula” dengan pilihan jawaban 1=sangat tidak puas hingga 5=sangat puas.
2. Penilaian Kualitas pada Harga. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui penilaian partisipan terhadap biaya dari BRT. Alat ukur 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 Kualitas pada Staf. Pengukuran bertujuan untuk mengetahui penilaian partisipan pada staf yang bertugas di BRT. Alat ukur 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 Kualitas pada Informasi.Pengukuran bertujuan untuk mengetahui kualitas informasi yang diberikan oleh BRT. Alat ukur 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 Kualitas pada Kenyamanan.Pengukuran bertujuan untuk mengetahui kualitas kenyamanan dari BRT. Alat ukur 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 Kualitas pada Tujuan Perjalanan.Pengukuran bertujuan untuk mengetahui kualitas capaian tujuan menggunakan BRT untuk berbagai aktivitas. Alat ukur terdiri dari 4 butir, yakni “Transportasi publik bagus untuk perjalanan berkerja/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. Pengukuran bertujuan untuk 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. Pengukuran bertujuan untuk 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 bivariat dan deskriptif statistik. Kami melakukan uji hipotesis dengan menggunakan regresi hirarki dengan *step* 1 adalah faktor demografi, *step* 2 adalah faktor penilaian kualitas pelayanan, dan *step* 3 adalah faktor emosi. Seluruh analisis dilakukan menggunakan SPSS.

**Tabel 1. Hasil uji korelasi bivariat 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 | 0,046 | -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 1, 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 bahwa variabel penilaian kenyamanan yang paling tinggi nilai koefisien korelasi terhadap kepuasan.

**Tabel 2. Hasil uji regresi hierarki pada kepuasan penggunaan BRT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Model 1*ß* | Model 2*ß* | Model 3*ß* |
| *Step* 1: Demografi |  |  |  |
| 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 |
| *Step* 2: Kualitas Layanan |  |  |  |
| 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 |
| *Step* 3: Emosi |  |  |  |
| Afek Negatif |  |  | -0,144\* |
| Afek Positif |  |  | 0,159\* |
| *R*2 | 0,012 | 0,307 | 0,349 |
| *F for change in R*2 | 0,444 | 12,004\*\*\* | 4,539\* |

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

Pada tabel 2, kami melakukan uji regresi hierarki. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada *step* 1 tidak ditemukan peranan yang signifikan dari faktor demografi. Pada *step* 2, kami menemukan pada faktor kualitas layanan, hanya penilaian kenyamanan yang signifikan secara positif memprediksi kepuasan penggunaan BRT (*ß*=0,547, t=5,557, p<0,001), sementara variabel lain di demografi dan kualitas layanan tidak signifikan. Temuan peranan penilaian kenyamanan tetap konsisten ditemukan signifikan memprediksi kepuasan pada *step* 3. Kemudian, pada faktor emosi di *step* 3, kami menemukan bahwa afek positif signifikan memprediksi positif kepuasan penggunaan BRT (*ß*=-0,144, t=-2,028, p<0,05) memprediksi negatif kepuasan menggunakan BRT. Sementara itu, afek negatif signifikan memprediksi negatif kepuasan penggunaan BRT (*ß*=0,159, t=-2,086, p<0,05). Pada *step* 1 memiliki koefisien determinasi R2= 0,012, tetapi tidak signifikan (F(4, 146)=0,444, p=0,777). Pada *step* 2 memiliki koefisien determinasi R2= 0,307, F(5, 141)=12,004, p<0,001, dan pada *step* 3 memiliki koefisien determinasi R2= 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 regresi di semua *step* menunjukkan bahwa jenis kelamin (H1a), usia (H1b), daerah tempat tinggal (H1c), dan penghasilan keluarga (H1d) tidak 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 et al., 2017; Mirzagoli & Memarian, 2015), daerah tempat tinggal (Ma et al., 2017), penghasilan (Ariansyah, 2017; Christasani & Satibi, 2016; Ma et al., 2017), dan usia (Ma et al., 2017; Siddiqui & Khan, 2017) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Namun dalam penelitian ini kami justru menemukan sebaliknya. Kelima faktor demografi tersebut tidak signifikan memprediksi kepuasan pengguna transportasi publik BRT Banjarbakula. Cristasanti 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 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 kepuasaan 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 et al. (2014) menerangkan bahwa harga umumnya berbanding terbalik dengan kepuasan, 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 bervariatif (18-31 tahun). Lebih banyak penumpang usia produktif yang menggunakan BRT Banjarbkaula.

Pada uji hipotesis, kami menemukan bahwa diantara 5 kualitas layanan, hanya penilaian kenyamanan yang signifikan memprediksi kepuasan penggunaan BRT (H2d). Sementara variabel lain, yakni penilaian harga (H2a), staf (H2b), informasi (H2c), dan tujuan perjalanan (H2e) tidak signifikan. Meskipun demikian hasil uji korelasi bivariat menjelaskan bahwa semua variabel di kualitas layanan 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 et al., 2020; Sriyanto & Ditto, 2018; Sudirman et al., 2020), staf (Sinaga et al., 2020; Yulita & Wijaya, 2020), kualitas sistem informasi (Apriliani et al., 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 di Instagram dan Whatsapp membuat penumpang atau calon penumpang mampu mendapatkan informasi terkini. Sesuai observasi yang dilakukan oleh peneliti, setiap di dalam armada bus BRT Banjarbakula setidaknya memiliki tiga petugas terdiri dari 1 sopir dan 2 petugas tiket. Adanya kecukupan jumlah petugas di lapangan di bandingkan 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 berusia produktif, sehingga cakupan aktivitas penggunaan BRT 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). Kenyamanan merupakan prediktor yang paling kuat dalam menjelaskan peningkatan kepuasan penggunaan BRT. Temuan ini searah dengan hasil riset Yulita dan Wijaya (2020). Kenyamanan dapat berkaitan dengan stresor (Legrain et al., 2015). Ketika transportasi publik semakin tidak nyaman, misalnya panas dan bising, maka stresor meningkat dan menurunkan kepuasan penumpang (Legrain et al., 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 memiliki peranan signifikan yang kecil terhadap penurunan kepuasan (H3a), sedangkan afek negatif memiliki peranan signifikan yang juga kecil terhadap peningkatan kepuasan (H3b). Bagi sebagian orang, bepergian menggunakan transportasi publik tidak lebih membahagiakan dibandingkan tetap berada di rumah bersama keluarga (Lancée et al., 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 katagori 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 beroperasi lama.

**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 kenyamanan dan afek positif 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 diperhatikan pada kepuasan penumpang. Secara praktis, temun ini dapat memberikan saran untuk kebijakan pengelolaan transportasi publik. Menurut Kormos et al. (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. Meskipun beberapa faktor kualitas layanan tidak signifikan menjelaskan kepuasan penumpang BRT Banjarbakula, melalui Sriyanto dan Ditto (2018), kami tetap memberikan saran untuk dapat memperhatikan peningkatan kualitas layanan, terutama 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 [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. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i04.p03

Apriliani, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online. *Systematics*, *2*(1), 12. https://doi.org/10.35706/sys.v2i1.3530

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*(01), 28–34. https://doi.org/10.24071/jpsc.2016.130105

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. https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28054

Dipanegara, H. P., Samin, S., & Samad, A. (2020). Evaluasi kinerja Bus Rapid Transit (BRT) Banjarbakula pada rute wilayah kota Banjarmasin. *Seminar Nasional Teknologi Dan Rekayasa (SENTRA) 2020*. https://doi.org/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*(FEB), 1–9. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00140

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*(May), 37–57. https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.05.016

Irdiana, S., & Iristian, J. (2019). Minat Memesan Kembali Transportasi Online. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, *9*(2), 110–118. https://doi.org/10.30741/wiga.v9i2.448

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*(PART A), 92–101. https://doi.org/10.1016/j.trf.2014.06.012

Keiningham, T., Gupta, S., Aksoy, L., & Buoye, A. (2014). The high price of customer satisfaction. *MIT Sloan Management Review*, *55*(3), 37–46.

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. https://doi.org/10.1353/BSP.2021.0004

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. https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.04.025

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. https://doi.org/10.1016/j.trf.2015.08.001

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. https://doi.org/10.1061/9780784480915.357

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. http://dergi.cumhuriyet.edu.tr/cumuscij

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. https://doi.org/10.1016/j.trf.2015.06.003

Morris, E. A., & Guerra, E. (2015b). Mood and mode: does how we travel affect how we feel? *Transportation*, *42*(1), 25–43. https://doi.org/10.1007/s11116-014-9521-x

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 Architechture, 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. https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2012.11.005

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. https://doi.org/10.12816/0040229

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. http://jpb.fisip.unila.ac.id/index.php/jpb/article/view/33

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. 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. https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/576

Stradling, S., Carreno, M., Rye, T., & Noble, A. (2007). Passenger perceptions and the ideal urban bus journey experience. *Transport Policy*, *14*(4), 283–292. https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2007.02.003

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. https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078

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 Satısfaction.  *Research Center for Quality System and Testing Technology*, *2*(1), 83–97. http://ijtte.com/uploads/2012-03-20/d4c8811d-88a5-92b1p8.pdf

Sya’rawie, M. M. (2021, September 12). Pemprov Kalsel Bakal Tambah Armada BRT Untuk Banjar Bakula. *Bisnis.Com*. https://kalimantan.bisnis.com/read/20210912/407/1441318/pemprov-kalsel-bakal-tambah-armada-brt-untuk-banjar-bakula

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. https://doi.org/10.1037//0022-3514.54.6.1063

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. https://www.icact.org/upload/2011/0263/20110263\_finalpaper.pdf

Winarno, B., & Manullang, O. R. (2018). Parameter Penentu Penggunaan Transportasi Umum Di Perkotaan Pati. *Tataloka*, *20*(1), 75. https://doi.org/10.14710/tataloka.20.1.75-86

Yulita, H., & Wijaya, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Publik terhadap Kepuasan Konsumen. *Management & Accounting Expose*, *3*(1), 1–12. https://doi.org/10.36441/mae.v3i1.131

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. http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jiep/article/view/2209