

**LAPORAN PENELITIAN  
YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *OVERALL SATISFACTION*  
PENGGUNA MRT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Diusulkan oleh:

**Ketua Tim**

Miharni Tjokrosaputro, Dr., SE., MM. (0308086802/10100001)

**Anggota:**

Sanny, SE. MM. (0324077602/ 10100004)

Dr. Jonnardi, SE., MM. CA, CPA (0324016401/10191030)

Ida Puspitowati, SE, ME (0314046701/10192070)

**Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Tarumanagara  
Jakarta  
Agustus 2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PENELITIAN**  
Periode II Semester Genap / Tahun 2020-2021

1. Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Overall Satisfaction Pengguna MRT pada Masa Pandemi Covid-19
2. Ketua Tim
  - a. Nama dan Gelar : Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.
  - b. NIDN/NIK : 0308086802 / 10100001
  - c. Jabatan/Gol : Lektor
  - d. Program Studi : S1 Manajemen
  - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
  - f. Bidang Keahlian : Pemasaran
  - g. Alamat kantor : Jl. Tanjung Duren Utara no. 1. Jakarta Barat
  - h. No. HP / e-mail : 081808183700/miharni.tj@gmail.com
3. Anggota Tim Penelitian
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 3 orang
  - b. Nama Anggota I/Keahlian : Sanny, SE. MM. /Manajemen Pemasaran
  - c. Nama Anggota II/Keahlian : Dr. Jonnardi, S.E., M.M., C.A., C.P.A / Akuntansi
  - d. Nama Anggota II/Keahlian : Ida Puspitowati, S.E., M.E / Manajemen
  - e. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
  - f. Nama Mahasiswa 1/NIM : Rahelia Margaretha 115180273
  - g. Nama Mahasiswa 2/NIM : Gisella Cindy 115180047
4. Lokasi Kegiatan Penelitian : Jakarta
5. Luaran yang dihasilkan : Artikel
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari - Juli 2021
7. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 15.000.000,-

Jakarta, 27 Juli 2021

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian kepada Masyarakat

  
  
Jap Tji Beng, Ph.D  
NIK : 10381047

Ketua Tim Pengusul

  
Dr. Miharni Tjokrosaputro, SE., MM.  
NIK: 10100001

## RINGKASAN

MRT (*Mass Rapid Transit*) adalah jaringan kereta berkecepatan tinggi untuk transportasi publik. Di Indonesia, saat ini MRT masih relatif baru, dimana MRT baru ada di Jakarta dan diresmikan pemerintah pada tanggal 24 Maret 2019 (Kompas.com, 7 Maret 2019). Sebagai salah satu alat transportasi publik yang relatif baru, dan dengan adanya pandemi Covid yang melanda dunia sejak Maret 2020, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *overall satisfaction* penggunaan MRT di Jakarta. Teori yang mendasari penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). *Overall satisfaction* pada transportasi publik, khususnya MRT diukur melalui kebersihan, keamanan, pelayanan dan informasi yang diberikan, dengan kenyamanan perjalanan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara kebersihan dan keamanan terhadap *overall satisfaction*. Penelitian kuantitatif ini akan menggunakan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan melalui *google form*. Jumlah responden diperkirakan sebanyak 200 sampel. Pengolahan dan pengujian data ini dengan menggunakan alat SmartPLS 3. Hasil penelitian ini akan menjawab hipotesis penelitian tentang pengaruh dan arah hubungan antara *cleanliness and safe* terhadap *overall satisfaction*, *travel convenience* terhadap *overall satisfaction*, *service and information* terhadap *overall satisfaction*, dan peran kenyamanan perjalanan sebagai mediator pada hubungan antara *cleanliness and safe* terhadap *overall satisfaction*.

### KATA KUNCI:

Kenyamanan perjalanan, MRT, Overall satisfaction

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | ii        |
| RINGKASAN .....  | iii       |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>  | <b>1</b>  |
| B. Latar Belakang .....  | 1         |
| C. Perumusan Masalah.....  | 3         |
| D. Tujuan Penelitian.....  | 3         |
| E. Urgensi dan Manfaat Penelitian .....                                      | 3         |
| <b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>  | <b>5</b>  |
| A. Landasan Teori .....  | 5         |
| 1. <i>Travel Convenience</i> .....   | 5         |
| 2. <i>Cleanliness</i> .....  | 5         |
| 3. Keamanan .....  | 6         |
| 4. Pelayanan.....  | 6         |
| 5. <i>Information</i> .....  | 7         |
| 6. <i>Overall Satisfaction</i> .....   | 7         |
| B. KAITAN ANTAR VARIABEL.....  | 7         |
| 1. <i>Travel Convenience</i> terhadap <i>Overall Satisfaction</i> .....      | 7         |
| 2. <i>Service and Information</i> terhadap <i>Overall Satisfaction</i> ..... | 8         |
| 3. <i>Cleanliness and safe</i> terhadap <i>travel convenience</i> .....      | 8         |
| C. Penelitian Terdahulu.....   | 9         |
| D. Model Penelitian.....   | 11        |
| <b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                    | <b>13</b> |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian .....   | 13        |
| B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....                     | 13        |
| C. Desain Penelitian .....   | 13        |
| D. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....                                | 14        |
| 1. <i>Travel Convenience</i> .....   | 14        |
| 2. <i>Service and Information</i> .....                                      | 15        |
| 3. <i>Overall Satisfaction</i> .....   | 15        |
| 4. <i>Cleanliness and Safe</i> .....   | 16        |

|   |           |
|---|-----------|
| E. Analisis Validitas dan Reliabilitas .....        | 17        |
| F. Analisis Data .....                              | 18        |
| G. Uji Asumsi Analisis Data .....                   | 19        |
| <b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>20</b> |
| A. Deskripsi Subjek Penelitian.....                 | 20        |
| 1. Gender .....                                     | 20        |
| 2. Usia.....  | 21        |
| 3. Pengeluaran .....                                | 22        |
| 4. Pekerjaan .....                                  | 22        |
| 5. Pendidikan Terakhir .....                        | 23        |
| B. Outer Model .....                                | 24        |
| 1. Uji Validitas .....                              | 24        |
| 2. Uji Reliabilitas.....                            | 28        |
| C. Inner Model .....                                | 29        |
| 1. Uji R-Square (R <sup>2</sup> ) .....             | 29        |
| 2. <i>Uji f-Square (f<sup>2</sup>)</i> .....        | 30        |
| D. Uji Hipotesis.....                               | 31        |
| E. Pembahasan .....                                 | 33        |
| <b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>            | <b>37</b> |
| A. Kesimpulan.....                                  | 37        |
| B. Saran.....                                       | 37        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                 | 38        |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....                             | 42        |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP KETUA PENELITI.....            | 42        |

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1. Hasil Nilai Loading Factor .....                              | 24 |
| Tabel 4.2. Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> setelah revisi .....        | 25 |
| Tabel 4.3. Hasil uji Average Variance Extracted (AVE) .....              | 26 |
| <br>   |    |
| Gambar 2.1. Model Penelitian.....  | 12 |
| Gambar 4.1. Hasil Pertanyaan Saringan terhadap responden .....           | 20 |
| Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 21 |
| Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....               | 21 |
| Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....         | 22 |
| Gambar 4.7 Hasil Analisis Validitas .....                                | 26 |
| Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....           | 23 |
| Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 23 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Selama ini transportasi umum menjadi salah satu solusi transportasi yang murah dan cepat bagi masyarakat. Dengan terjadinya pandemi Covid-19 sejak bulan Maret 2020, penggunaan transportasi publik dapat menjadi salah satu sumber penularan Covid-19. Oleh karenanya, transportasi publik perlu mendapat perhatian khusus dari berbagai pihak untuk mengurangi resiko penyebaran Covid-19 melalui jasa transportasi publik, diantaranya MRT.

Transportasi umum atau transportasi publik atau transportasi massal adalah layanan transportasi yang disediakan bagi masyarakat umum, diatur sesuai jadwal, beroperasi pada rute perjalanan yang sudah ditetapkan, dan terdapat biaya bagi setiap perjalanan. Terdapat berbagai jenis transportasi publik, diantaranya adalah angkutan umum antar kota didominasi oleh maskapai penerbangan, bus antarkota, kereta api, dan kereta antarkota. Beberapa tahun terakhir ini, Jaringan kereta berkecepatan tinggi atau MRT (Mass Rapid Transit) sedang dikembangkan di Indonesia, tepatnya di Jakarta. MRT Jakarta, adalah sebuah sistem transportasi transit cepat menggunakan kereta rel listrik di Jakarta, dimana proses pembangunannya dimulai pada tanggal 10 Oktober 2014 dan diresmikan pada 24 Maret 2019 (Kompas.com, 07-03-2018).

MRT Jakarta adalah salah satu bentuk transportasi publik yang relatif baru dan pertama di Indonesia, sehingga banyak mendapat sorotan dari masyarakat setempat. Walaupun demikian, pemerintah DKI Jakarta dan manajemen MRT telah berusaha membuat layanan MRT sebaik mungkin. Hal ini dibuktikan dengan perolehan penghargaan Platinum dalam gelaran DTKJ Awards dan penghargaan rekor MURI pada Selasa, tanggal 1 Desember 2020, dimana MRT Jakarta dinilai sebagai transportasi yang ramah terhadap kaum disabilitas. William P. Sabandar (Direktur MRT Jakarta) menyampaikan bahwa MRT Jakarta akan memberi layanan terbaik dalam transportasi publik bagi masyarakat DKI Jakarta dan mewujudkan transportasi publik yang aman, nyaman, dan ramah disabilitas (jakartamrt.co.id, 2-12-2020).

Dalam penggunaan transportasi publik, ada beberapa hal yang menjadi perhatian masyarakat secara umum, diantaranya adalah kualitas layanan. Pengukuran kualitas transportasi umum tidak hanya dilihat dari atribut layanan dari transportasi tersebut, tetapi

juga dilihat dari total kepuasan konsumen dalam menggunakan alat transportasi tersebut sejak awal memasuki stasiun sampai di keluar dari stasiun tujuan. Pengukuran tersebut diantaranya adalah akses pada fasilitas, layanan tiket, waktu tunggu di platform, kenyamanan, keselamatan di dalam stasiun dan kereta api, informasi, dan lain lain (Sriroongvikrai & Choocharukul, 2013). Lebih jauh lagi, Sriroongvikrai & Choocharukul (2013) mengemukakan bahwa pengukuran kualitas layanan bagi transportasi publik dibagi dalam beberapa kategori, diantaranya adalah keakuratan jadwal, sistem keselamatan, kebersihan, kenyamanan penumpang, pelayanan, dan informasi bagi penumpang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur penilaian atas kepuasan secara umum dari sisi penumpang MRT sebagai salah satu jenis transportasi publik terbaru di Indonesia, dengan menggunakan travel convenience sebagai variabel mediasi pada hubungan antara sistem keselamatan dan kebersihan pada fasilitas MRT pada masa pandemi Covid-19 ini. Hal ini perlu dilakukan, mengingat sistem keselamatan dan kebersihan adalah hal krusial pada transportasi publik yang terkadang kurang mendapat perhatian dari manajemen transportasi publik, dan dapat menjadi sumber penularan Covid-19. Selain itu, pelayanan dan pemberian informasi pada layanan MRT juga merupakan hal yang memberi kemudahan bagi pengguna MRT pada umumnya.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior*, dimana perilaku seseorang didahului oleh kekuatan intensi orang tersebut untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991), dimana perilaku manusia ditentukan oleh kepercayaan tentang kemungkinan hasil dari perilaku dan evaluasi hasil atas perilaku tersebut (behavioral beliefs); kepercayaan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui harapan-harapan tersebut (normative beliefs); serta kepercayaan mengenai adanya faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku dan persepsi kekuatan atas faktor ini (control beliefs) (Ajzen & Sheikh, 2013). Selain itu, Ajzen & Sheikh (2013) berpendapat bahwa *Theory of Planned Behavior* adalah salah satu kerangka kerja yang paling berpengaruh dan konsep yang populer pada penelitian di bidang kemanusiaan.

Adapun implikasi yang diharapkan dari penelitian ini adalah masukan pada manajemen transportasi publik secara umum dan khususnya pada manajemen MRT tentang pentingnya kepuasan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan kenyamanan perjalanan bagi pengguna. Disamping itu, diharapkan penelitian ini dapat memberi kekokohan dan keluasan bagi penelitian sejenis yang telah dilakukan di negara lain..

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *cleanliness and safe* berpengaruh secara positif terhadap *travel convenience* MRT selama masa pandemi Covid-19?
2. Apakah *travel convenience* berpengaruh secara positif terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19?
3. Apakah *service information* berpengaruh secara positif terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19?
4. Apakah *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19?
5. Apakah *travel convenience* memediasi hubungan antara *cleanliness and safe* secara positif terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris:

1. Pengaruh *cleanliness and safe* terhadap *travel convenience* MRT selama masa pandemi Covid-19.
2. Pengaruh *travel convenience* terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19.
3. Pengaruh *service information* terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19.
4. Apakah *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19?
5. Apakah *travel convenience* memediasi hubungan antara *cleanliness and safe* secara positif terhadap *overall satisfaction* MRT selama masa pandemi Covid-19?

## **D. Urgensi dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperkaya penelitian tentang penggunaan transportasi publik yang relatif baru di Indonesia, yaitu MRT, selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini perlu dilakukan, karena penggunaan transportasi publik menjadi relatif beresiko pada masa pandemi Covid-19 ini. Untuk itu, maka penelitian ini dimaksudkan

untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kenyamanan pada pengguna MRT, terutama selama masa pandemi Covid-19 ini.

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah masukan bagi masukan pada manajemen transportasi publik secara umum dan khususnya pada manajemen MRT tentang pentingnya kepuasan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan kenyamanan perjalanan bagi pengguna selama masa pandemi Covid-19.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

Ajzen & Sheikh (2013) mengemukakan bahwa *Theory of Planned Behavior* telah muncul sebagai salah satu dari kerangka kerja yang paling berpengaruh dan konsep yang populer pada penelitian di bidang kemanusiaan. Menurut teori ini, perilaku manusia ditentukan oleh 3 jenis pertimbangan yaitu 1. Kepercayaan mengenai kemungkinan hasil dari perilaku dan evaluasi hasil ini (*behavioral beliefs*). 2. Kepercayaan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui harapan-harapan tersebut (*normative beliefs*). 3. Kepercayaan mengenai adanya faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku dan persepsi kekuatan faktor ini (*control beliefs*).

Pertimbangan-pertimbangan tersebut menjadi dasar seseorang membangun persepsi tentang kenyamanan penggunaan transportasi publik MRT sehingga membentuk kenyamanan secara keseluruhan pada penggunaan MRT selama masa pandemi Covid-19 ini.

#### 1. *Travel Convenience*

Menurut Collier et al. (2013) menyatakan bahwa kenyamanan perjalanan (*travel convenience*) adalah persepsi waktu dan upaya yang diperlukan untuk menemukan dan memfasilitasi penggunaan transportasi. Sedangkan Wardman (2014) berpendapat bahwa kenyamanan perjalanan berhubungan dengan ‘Ketidadaan upaya dalam menggunakan jasa transportasi yang beroperasi sesuai dengan tujuan pengguna. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan perjalanan adalah persepsi waktu dan upaya yang berhubungan dengan ‘*absence of effort*’ dalam menggunakan jasa transportasi yang bekerja sesuai dengan tujuan pengguna.

#### 2. *Cleanliness*

Menurut Anderson et al. (2011) menyatakan “*cleanliness is the level where people keep themselves and their environment clean*”. Dapat diartikan kebersihan merupakan tingkat dimana orang menjaga diri dan lingkungannya bersih. Kebersihan berarti tidak ada kotoran, debu, noda, bau (Cleaning Network, 2012). Kebersihan biasanya digunakan untuk

merujuk pada indera bersih yang ada hubungannya dengan bentuk, penampilan, atau kesan (seperti "sangat sederhana" dan "memiliki tepi yang lurus dan halus"). Menurut Hermawan (2015) kebersihan merupakan suatu kondisi dimana lingkungan dalam bersih, jernih, dan murni.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *cleanliness* adalah kondisi dimana lingkungan yang bersih, terbebas dari noda, kotoran dan bau tidak sedap sehingga menciptakan lingkungan yang nyaman.

### **3. Keamanan**

Menurut Caughey *et al.* (2014) menyatakan bahwa keamanan adalah ketiadaan ancaman bahaya, bahaya, atau kehilangan sesuatu. Termasuk diantaranya kondisi aman dari segala sesuatu yang menyebabkan cedera, cedera, atau kehilangan. Sedangkan Dwi (2015) menyatakan bahwa keamanan adalah kemampuan seseorang dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan untuk menghindari bahaya. Sudjatmika (2017) berpendapat bahwa keamanan merupakan kemampuan dalam menjaga keamanan dari segala sesuatu yang tidak diinginkan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa keamanan (*safe*) adalah suatu kondisi dimana keadaan terbebas dari bahaya.

### **4. Pelayanan**

Choocharukul & Sriroongvikrai (2013) menyatakan bahwa layanan didefinisikan sebagai kinerja keseluruhan yang diukur atau dirasakan dari layanan transit dari perspektif penumpang. Sedangkan Kabadayi dkk. (2019) menyatakan bahwa layanan adalah proses yang berkesinambungan untuk memfasilitasi pengalaman layanan yang memenuhi berbagai keinginan, motivasi, dan keterampilan yang unik dan beragam. Jankalova (2016) berpendapat bahwa layanan merupakan ketersediaan dan kecukupan jasa agar dapat digunakan oleh masyarakat luas.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *service* adalah layanan didefinisikan sebagai kinerja keseluruhan yang dapat diukur atau dirasakan dari layanan transit dari sudut pandang penumpang.

## **5. Information**

Informasi dapat didefinisikan sebagai karakteristik *output* dari suatu proses, ini menjadi informatif tentang proses dan input (Losee, 2013). Selain itu, informasi dapat dipahami sebagai apa yang terjadi di dalam pikiran setelah penyerapan pesan (Peter, 2012). Informasi sering didefinisikan dalam kerangka pikiran manusia, walaupun jelas bahwa fenomena yang sangat mirip dapat dipelajari pada makhluk tingkat rendah, seperti komunikasi dan transfer informasi di antara semut (Reznikova & Ryabko, 2011)

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *information* adalah pernyataan yang diterima oleh manusia dan memiliki beberapa bentuk nilai bagi penerima.

## **6. Overall Satisfaction**

Menurut Yuksel *et al.* (2011), kepuasan konsumen adalah respons-respons pemenuhan harapan konsumen. Ini merupakan penilaian bahwa fitur produk atau layanan, atau produk atau layanan itu sendiri, menyediakan (atau menyediakan) tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat pemenuhan yang kurang atau lebih. Sedangkan Kuo *et al.* (2013) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi berdasarkan pengalaman pembelian baru-baru ini. Adapun Hanif *et al.* (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai "evaluasi perbedaan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual dari produk"

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *overall satisfaction* adalah evaluasi perbedaan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual dari produk.

## **B. KAITAN ANTAR VARIABEL**

### **1. Travel Convenience terhadap Overall Satisfaction**

Beberapa peneliti telah meneliti hubungan antara *travel convenience* dengan *overall satisfaction*. Choocharukul & Sriroongvikrai (2013) dalam penelitiannya di California, dengan data berasal dari 5000 responden dari *San Francisco Bay Area Rapid Transit District* (BART) melalui kuesioner menyatakan *travel convenience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*.

Penelitian Srivastava & Kaul (2014) memperlihatkan bahwa *travel convenience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*. Pengumpulan

data ini dengan menggunakan kuesioner terstruktur dengan jumlah sampel sebanyak 840 sampel, dan menggunakan pengambilan sampel sistematis dari pembeli *department store* berusia 18 tahun ke atas di India.

Adapun hasil penelitian Kaura dkk. (2015) memperlihatkan bahwa *convenience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*. Penelitian dilakukan di Rajasthan dengan responden para urban pengguna perbankan ritel. Pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner.

## **2. Service and Information terhadap Overall Satisfaction**

Beberapa peneliti telah meneliti hubungan antara *service and information* terhadap *overall satisfaction*. Penelitian Choocharukul & Sriroongvikrai (2013) dalam penelitiannya di California memperlihatkan bahwa *service and information* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*, *service and information* yang paling signifikan dibanding variabel yang lain.

Anselmsson and Johansson (2014) juga meneliti hubungan antara *service and information* dengan *overall satisfaction*. Penelitian ini didasarkan pada data empiris dari empat kasus toko (dua toko tradisional dan dua toko diskon), termasuk informasi yang diperoleh dari total 542 responden. Dalam penelitian ini, menggunakan model kualitas layanan toko bahan makanan, dengan pemodelan persamaan struktural (LISREL) dan analisis multivariat tradisional (SPSS). Penelitian ini menyatakan bahwa *service and information* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*.

Penelitian Koenig-Lewis & Palmer (2014) tentang hubungan antara *service and information* dengan *overall satisfaction* memperlihatkan bahwa *service and information* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *overall satisfaction*. Penelitian ini melibatkan 304 peserta dengan metode kuantitatif dan perolehan data melalui kuesioner.

## **3. Cleanliness and safe terhadap travel convenience**

Beberapa peneliti telah meneliti hubungan antara *cleanliness and safe* dengan *travel convenience*. Choocharukul & Sriroongvikrai (2013) dalam penelitiannya menyatakan *cleanliness and safe* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel convenience*. Data diisi oleh 5000 responden dengan kuesioner.

Jiang dkk. (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *cleanliness and safe* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel convenience*. Dalam penelitian ini, menggunakan pemodelan persamaan struktural (LISREL) dan analisis multivariat tradisional (SPSS). Data diisi oleh 700 responden dengan kuesioner berlokasi di *United States*.

Jin dkk. (2019) *cleanliness and safe* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel convenience*. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, dimana jumlah sampel yang diteliti sebanyak 170 sampel dengan skala likert.

### C. Penelitian Terdahulu

Berikut ini dijabarkan beberapa penelitian terdahulu dalam bentuk tabel.

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

| No | Peneliti                             | Variabel   | Metodologi   | Hasil Penelitian   |
|----|--------------------------------------|--|--|--|
| 1. | Anselmsson & Johansson (2014)        | Variabel independen:<br>- <i>Service &amp; Information</i><br>- <i>Price</i><br><br>Variabel mediasi:<br>- <i>Overall Satisfaction</i><br><br>Variabel dependen:<br>- <i>Customer Loyalty</i>  | Penelitian pada dua toko tradisional dan dua toko diskon, 542 responden. dengan pemodelan persamaan struktural (LISREL) dan analisis multivariat tradisional (SPSS). | <i>Service &amp; information</i> dan <i>price</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i><br><i>Overall satisfaction</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i>                              |
| 2. | Choocharukul & Sriroongvikrai (2013) | Variabel independen:<br>1. <i>Cleanliness and Safe</i><br><br>Variabel mediasi:<br>1. <i>Travel convenience</i><br>2. <i>Service &amp; information</i><br>3. <i>Transit fare</i><br>4. <i>Facility</i><br><br>Variabel dependen:<br>1. <i>Overall satisfaction</i> | Penelitian dilakukan di California, data dikumpulkan dari <i>San Fracisco Bay Area Rapid Transit District</i> dan diisi oleh 5000 responden dengan kuesioner.        | <i>Travel convenience, service &amp; information,</i> dan <i>transit fare</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i><br><i>Cleanliness &amp; safe</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>travel convenience</i> . |
| 3. | Jiang dkk. (2018)                    | Variabel independen:<br>1. <i>Cleanliness and safe</i><br>2. <i>Price</i><br><br>Variabel mediasi:<br>1. <i>Convenience</i><br>Variabel dependen:  | Dalam penelitian ini, menggunakan pemodelan persamaan struktural (LISREL) dan analisis multivariat tradisional (SPSS). Data diisi oleh 700 responden                 | <i>Cleanliness &amp; safe</i> dan <i>price</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>convenience</i> .<br><i>Convenience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan   |

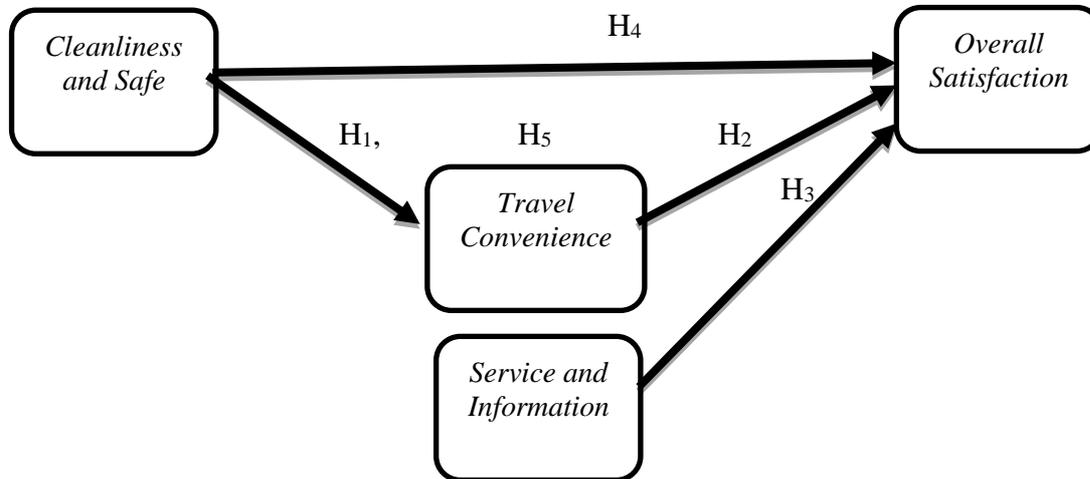
| No | Peneliti          | Variabel  | Metodologi  | Hasil Penelitian   |
|----|-------------------|---|---|--|
|    |                   | 1. <i>Overall Satisfaction</i>  | dengan kuesioner berlokasi di United States.  | terhadap <i>overall satisfaction</i> .   |
| 4. | Jin dkk. (2019)   | <p>Variabel independen:<br/>1. <i>Cleanliness and safe</i></p> <p>Variabel mediasi:<br/>1. <i>Convenience</i><br/>2. <i>Overall satisfaction</i></p> <p>Variabel dependen:<br/>1. <i>Customer loyalty</i></p> | Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, dimana jumlah sampel yang diteliti sebanyak 170 sampel dengan skala likert.                                      | <p><i>Cleanliness &amp; safe</i> dan <i>price</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>convenience</i>.</p> <p><i>Convenience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i>.</p> <p><i>Overall satisfaction</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i>.</p> |
| 5. | Kaura dkk. (2015) | <p>Variabel independen:<br/>1. <i>Service quality</i><br/>2. <i>Perceived price</i><br/>3. <i>Convenience</i></p> <p>Variabel dependen:<br/>1. <i>Overall satisfaction</i></p>                                | Sampelnya adalah para pelanggan urban perbankan ritel di bank-bank sektor publik dan swasta baru di Rajasthan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner. | <i>Service quality</i> , <i>Perceived price</i> , dan <i>convenience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i> .   |

| No | Peneliti                     | Variabel   | Metodologi  | Hasil Penelitian   |
|----|------------------------------|--|---|--|
| 6. | Koenig-Lewis & Palmer (2014) | <p>Variabel independen:<br/><i>Convenience</i></p> <p>Variabel mediasi:<br/><i>Overall satisfaction</i></p> <p>Variabel dependen:<br/><i>Behavioural intention</i></p>   | <p>Penelitian ini melibatkan 304 peserta dengan metode kuesioner.</p>   | <p><i>Convenience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i>.</p> <p><i>Overall satisfaction</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioural intention</i></p>   |
| 7. | Srivastava & Kaul (2014)     | <p>Variabel independen:<br/>1. <i>Convenience</i><br/>2. <i>Social interaction</i></p> <p>Variabel mediasi:<br/>1. <i>Customer experience</i></p> <p>Variabel dependen:<br/>1. <i>Overall satisfaction</i></p> | <p>Pengumpulan data ini dengan menggunakan kuesioner terstruktur dengan jumlah sampel sebanyak 840 sampel, dan menggunakan pengambilan sampel sistematis dari pembeli department store berusia 18 tahun ke atas di India.</p> | <p><i>Convenience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i> dan <i>customer experience</i>.</p> <p><i>Social interaction</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i> dan <i>customer experience</i>.</p> <p><i>Customer experience</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>overall satisfaction</i></p> |

#### D. Model Penelitian

Penelitian ini akan menguji kaitan antara : *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif secara tidak langsung untuk *overall satisfaction*, yang dimediasi dengan *travel convenience*

Hubungan masing-masing konstruk dijelaskan pada model penelitian (Gambar 2.1)



**Gambar 2.1. Model Penelitian**

Berdasarkan model penelitian di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut

- H<sub>1</sub> : *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *travel convenience* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.
- H<sub>2</sub> : *Travel convenience* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.
- H<sub>3</sub> : *Service and information* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia..
- H<sub>4</sub>: *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.
- H<sub>5</sub>: *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif secara tidak langsung untuk *overall satisfaction*, yang dimediasi dengan *travel convenience* pengguna MRT selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.

## **BAB 3.**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jakarta. Waktu penelitian sejak persiapan dimulai pada bulan Pebruari 2021. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2021 melalui Google forms.

#### **B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

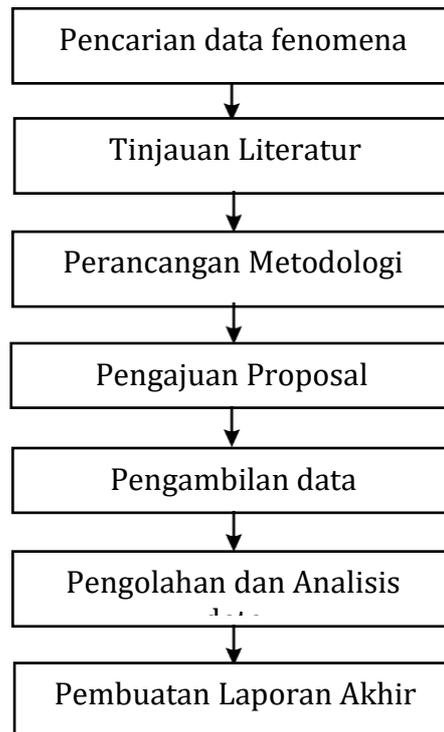
Populasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan elemen yang berbagi sekumpulan karakteristik yang sama dalam masalah penelitian pemasaran (Malhotra, 2010). Sedangkan sampel adalah sekelompok elemen dari populasi yang dipilih untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian (Malhotra, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna MRT di Jakarta. Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah sekitar 200 responden, karena berdasarkan pendapat Hair, et al, (2015) bahwa jumlah sampel sebaiknya diatas 100 responden.

Untuk menyaring responden yang mengenal perusahaan, dibuat pertanyaan saringan bagi responden, yakni : apakah responden pernah menggunakan jasa MRT selama masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan teknik survei untuk mengumpulkan data, dan merupakan penelitian *cross sectional*. Penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang metode pengumpulan datanya berupa jawaban atas pertanyaan penelitian yang didapat dari sampel dan pengambilan data hanya dilakukan sekali saja (Malhotra, 2014).

#### **C. Desain Penelitian**

Adapun desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif dalam bentuk survey. Durasi penelitian adalah 1 semester. Penelitian dilakukan melalui 7 tahap yaitu pencarian data fenomena, tinjauan literatur, perancangan metodologi, pengajuan proposal, pengambilan data, pengolahan dan analisis data, dan pembuatan laporan akhir (Gambar 3.1).



**Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian**

#### **D. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

##### **1. Travel Convenience**

*Travel convenience* adalah persepsi waktu dan upaya yang diperlukan untuk memfasilitasi penggunaan transportasi. Indikator-indikator untuk semua variabel diadaptasi dari penelitian Choocharukul & Sriroongvikrai (2013). Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel *Travel Convenience***

| <b>VARIABEL</b>           | <b>INDIKATOR</b>   | <b>KODE</b> |
|---------------------------|--|-------------|
| <i>Travel Convenience</i> | Waktu kedatangan kereta  | TC1         |
|                           | Kenyamanan ruang tunggu  | TC2         |
|                           | Kenyamanan tempat duduk di dalam kereta                          | TC3         |
|                           | Ketersediaan pegangan tangan                                     | TC4         |
|                           | Gerbang tiket otomatis (Ticket Auto Gate) berfungsi dengan baik. | TC5         |

|  |  |     |
|--|--|-----|
|  | Saya merasa aman untuk masuk ke MRT dari ruang tunggu kedatangan.  | TC6 |
|  | Saya merasa mudah untuk masuk ke MRT dari ruang tunggu kedatangan. | TC7 |
|  | Lama perjalanan MRT sesuai jadwal.                                 | TC8 |

## 2. Service and Information

Service adalah layanan didefinisikan sebagai kinerja keseluruhan yang dapat diukur atau dirasakan dari layanan transit dari sudut pandang penumpang. Sedangkan *information* adalah pernyataan yang diterima oleh manusia dan memiliki beberapa bentuk nilai bagi penerima. Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel service and information sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel *Service and Information***

| VARIABEL                       | INDIKATOR  | KODE |
|--------------------------------|--|------|
| <i>Service and Information</i> | Kejelasan informasi tariff pada jasa X                   | SI1  |
|                                | Kejelasan informasi peta dan rute perjalanan pada jasa X | SI2  |
|                                | Kemudahan membeli tiket pada jasa X                      | SI3  |
|                                | Ketersediaan personel di dalam stasiun pada jasa X       | SI4  |

## 3. Overall Satisfaction

*Overall satisfaction* adalah evaluasi perbedaan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual dari produk. Berikut adalah table operasionalisasi variabel *overall satisfaction* sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel *Overall Satisfaction***

| VARIABEL | INDIKATOR | KODE |
|----------|-----------|------|
|----------|-----------|------|

|                             |  |     |
|-----------------------------|--|-----|
| <i>Overall Satisfaction</i> | Saya senang akan keputusan saya menggunakan jasa X                                 | OS1 |
|                             | Saya percaya saya melakukan hal yang tepat ketika memilih untuk menggunakan jasa X | OS2 |
|                             | Saya merasa puas karena sudah menggunakan jasa X                                   | OS3 |
|                             | Jasa X melebihi ekspektasi saya  | OS4 |
|                             | Saya menikmati waktu selama perjalanan di dalam jasa X                             | OS5 |

#### 4. Cleanliness and Safe

*Cleanliness* adalah kondisi dimana lingkungan yang bersih, terbebas dari noda dan kotoran sehingga menciptakan lingkungan yang nyaman. Sedangkan *safe* adalah suatu kondisi dimana keadaan terbebas dari bahaya. Berikut adalah table operasionalisasi variabel *cleanliness and safe* sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Operasionalisasi Variabel *Cleanliness and Safe***

| VARIABEL                    | INDIKATOR  | KODE |
|-----------------------------|--|------|
| <i>Cleanliness and Safe</i> | Kebersihan interior  | CS1  |
|                             | Kebersihan Stasiun atau tempat tunggu  | CS2  |
|                             | Keamanan di dalam kereta dari kriminalitas   | CS3  |
|                             | Saya bisa menjaga jarak dengan penumpang lain selama perjalanan dengan jasa transportasi X | CS4  |
|                             | Tersedia hand sanitizer di dalam jasa X.   | CS5  |
|                             | Penumpang tetap menjaga jarak pada saat keluar masuk jasa X.                               | CS6  |
|                             | Penumpang jasa X bermasker.  | CS7  |
|                             | Selalu tersedia petugas keamanan di dalam jasa X.  | CS8  |

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, dimana skala Likert dinyatakan sebagai berikut: 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5

(sangat setuju). Alasan menggunakan skala Likert adalah agar mudah digunakan dan dipahami oleh responden (Mc Daniel & Gates, 2013), dan memudahkan responden untuk menjawab setuju atau tidak setuju (Malhotra, 2015).

Skala Likert (dan beberapa skala lainnya, skala diferensial semantik dan skala numerik) pada umumnya diperlakukan seperti skala interval karena memungkinkan peneliti untuk menghitung rata-rata dan standar deviasi serta dapat menerapkan teknik statistik lain yang lebih maju (Sekaran & Bougie, 2016).

## **E. Analisis Validitas dan Reliabilitas**

Uji analisis validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modelling* (SEM), dan aplikasi SmartPLS versi 3.2.8 untuk menganalisis data. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahapan dalam pengujian validitas dan reliabilitas. Peneliti melakukan uji *outer loadings*, *cross loadings*, *average variances extracted* (AVE), *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*.

### **1. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah *item* (Sugiyono 2016:177). Peneliti melakukan uji *outer loadings*, uji *cross loadings*, dan uji *average variance extracted* (AVE), untuk mengetahui apakah penelitian ini *valid* atau tidak.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:130). Pengujian reliabilitas adalah stabilitas alat ukur serta tingkat konsistensi sebuah penelitian yang mengukur konteks (Abdillah & Hartono, 2015). Peneliti melakukan uji *composite reliability*, dan uji *cronbach's alpha*, untuk mengetahui apakah penelitian ini reliabel atau tidak.

#### **a. Uji Composite Reliability**

Uji *composite reliability* dilakukan untuk mengetahui tingkat keandalan suatu kuesioner. Nilai pada uji *composite reliability* dipengaruhi oleh nilai *factor loadings*, artinya adanya perubahan pada *factor loadings* menyebabkan perubahan pada *composite reliability*. Syarat dari pengujian *composite reliability* adalah jika nilai *composite reliability* suatu variabel >

0.6, maka variabel tersebut dianggap memenuhi syarat *composite reliability* (Latan & Noonan, 2017).

#### **b. Uji Cronbach's Alpha**

Uji *cronbach's alpha* sama seperti *composite reliability*, yang digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan sebuah kuesioner. Nilai pada uji *composite reliability* tidak dipengaruhi oleh nilai *factor loadings*, artinya perubahan pada *factor loadings* tidak menyebabkan perubahan pada *cronbach's alpha*. Syarat dari pengujian *cronbach's alpha* adalah jika nilai *cronbach's alpha* suatu variabel  $> 0.6$ , maka variabel tersebut dianggap memenuhi syarat *cronbach's alpha* (Latan & Noonan, 2017).

### **F. Analisis Data**

#### **1. Uji Path Coefficients**

Uji *path coefficients* dilakukan untuk menunjukkan besaran pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ini juga menunjukkan seberapa besar peningkatan atau penurunan pada variabel dependen setiap peningkatan 1 satuan pada variabel independen (Latan & Noonan, 2017).

#### **2. Uji Parsial (Uji $t$ )**

Menurut Ghazali (2013), uji  $t$  digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Jika ada tanda (-), maka variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika tidak ada tanda (-) maka variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

#### **3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam memperlihatkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai  $R^2$  yang kecil atau rendah menunjukkan variasi dari variabel dependen yang dijelaskan variabel independen terbatas. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  besar atau semakin tinggi menunjukkan variabel independen dapat memberikan hampir keseluruhan informasi untuk prediksi variasi variabel dependen, serta semakin baik juga model penelitian yang dilakukan.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen (Latan & Noonan, 2017). Uji ini dapat diukur melalui dasar pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

1. Jika  $p \text{ value} < 0.05$ , maka variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika  $p \text{ value} > 0.05$ , maka variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

#### G. Uji Asumsi Analisis Data

Terdapat beberapa pengujian dalam asumsi analisis data yang meliputi: uji  $f \text{ square}$ , uji relevansi prediksi ( $Q^2$ ), dan uji  $normed \text{ fit index}$ .

##### 1. Uji $f \text{ Square}$ ( $f^2$ )

$F \text{ Square}$  merupakan pengujian asumsi analisis data yang digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang terbentuk (Latan & Noonan, 2017). Interpretasi dalam  $f \text{ Square}$  adalah sebagai berikut:

- a. Nilai  $f \text{ square}$  sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten *eksogenous*) pada tataran struktural.
- b. Nilai  $f \text{ square}$  sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten *eksogenous*) pada tataran struktural.
- c. Nilai  $f \text{ square}$  sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten *eksogenous*) pada tataran struktural.

##### 2. Uji Relevansi Prediksi ( $Q^2$ )

Relevansi prediksi dapat diukur dengan nilai  $Q^2$ . Fungsi dari nilai relevansi prediktif adalah untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur *blindfolding*. Nilai relevansi prediksi ( $Q^2$ )  $> 0$  menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai relevansi prediksi ( $Q^2$ )  $< 0$  menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif.

##### 3. Uji $Normed \text{ Fit Index}$

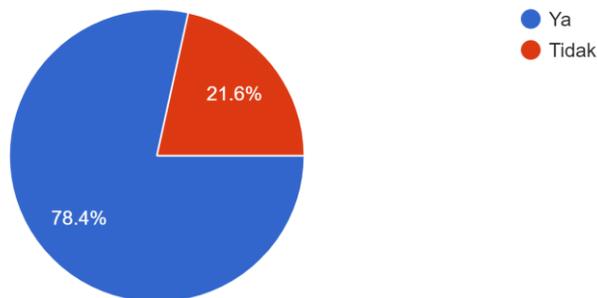
$Normed \text{ Fit Index}$  (NFI) adalah indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Syarat dari pengujian NFI adalah apabila nilai NFI berada di antara 0 dan 1, maka model yang terbentuk sudah sesuai secara keseluruhan.  $NFI \geq 0.9$  merupakan *good fit*, dan  $0.8 \leq$  merupakan *marginal fit* (Latan & Noonan, 2017).

## BAB 4.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari hasil pengisian kuesioner oleh responden melalui *google form*, dan terkumpul data sebanyak 445 responden. Dari data yang terkumpul, ternyata 96 diantaranya tidak melewati pertanyaan *screening*. Oleh karenanya, maka data yang dapat digunakan untuk dianalisis lebih lanjut berasal dari 349 orang responden.

Apakah anda pernah menggunakan MRT di Jakarta?  
445 responses



**Gambar 4.1. Hasil Pertanyaan Saringan terhadap responden**

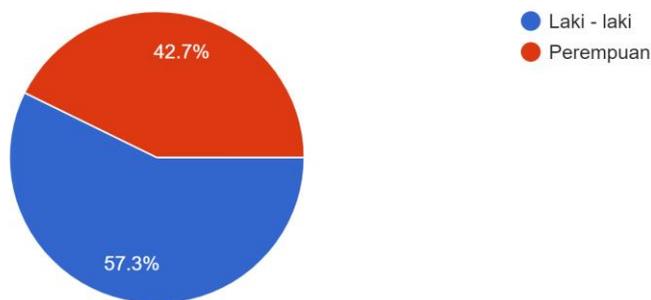
#### A. Deskripsi Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pengguna MRT di Jakarta. Berikut ini ditampilkan subjek penelitian yang dikategorikan berdasarkan gender, usia, Pekerjaan, Pendidikan terakhir, dan Pengeluaran per bulan (dalam rupiah).

##### 1. Gender

Data mengenai gender dari 349 responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jenis Kelamin  
349 responses



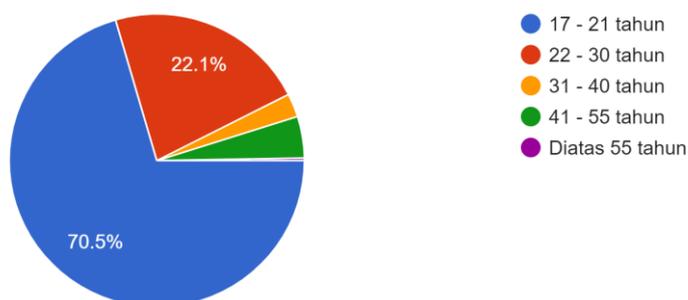
**Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas, sebanyak 149 responden memiliki gender laki-laki (42,7%), dan sisanya 200 responden adalah jenis kelamin perempuan (57,3%).

## 2. Usia

Data mengenai usia dari 349 responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Usia  
349 responses

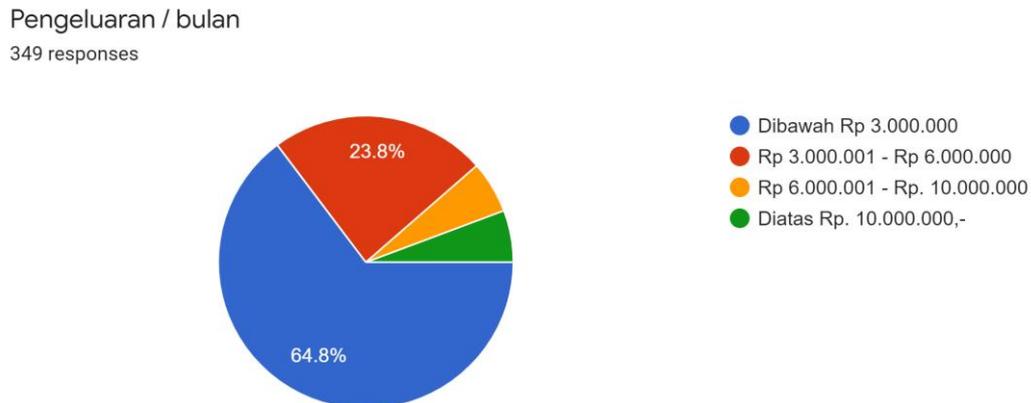


**Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, sebanyak 246 responden berusia 17-21 tahun (70,5%), sebanyak 77 responden berusia 22-30 tahun (22,1%), sebanyak 9 responden berusia 31-40 tahun (2,6%), sebanyak 16 orang berusia 41-55 tahun (4,6%), dan 1 orang diatas 55 tahun (0,3%).

### 3. Pengeluaran

Data mengenai pengeluaran dari 349 responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



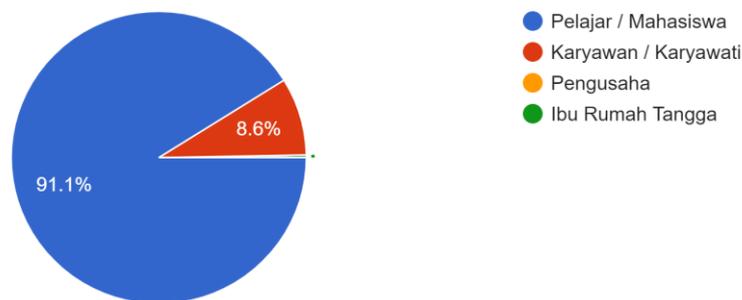
**Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran**

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, sebanyak 226 responden memiliki pengeluaran dibawah Rp. 3.000.000,- per bulan (64,8%), sebanyak 83 orang memiliki pengeluaran Rp. 3.000.000-Rp. 6.000.000 (23,8%), sebanyak 20 responden memiliki pengeluaran Rp. 6.000.001-Rp. 10.000.000 (5,7%), dan sebanyak 20 responden memiliki pengeluaran Rp.10.000.000 (5,7%).

### 4. Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan dari 349 responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Pekerjaan  
349 responses



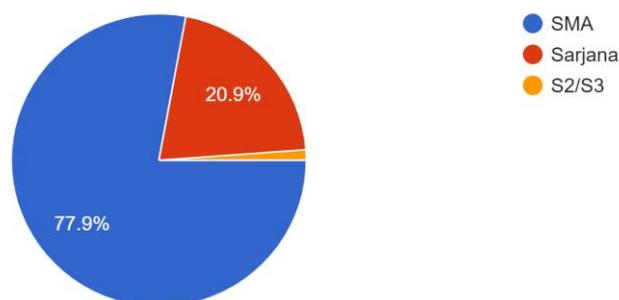
**Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, sebanyak 318 orang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa (91,1%), dan 30 orang memiliki pekerjaan sebagai karyawan/karyawati (8,6%), sebanyak 1 responden adalah seorang ibu rumah tangga (0,3%).

### 5. Pendidikan Terakhir

Data mengenai jenis kelamin dari 349 responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pendidikan terakhir  
349 responses



**Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, 272 responden berpendidikan SMA (77,9%), sebanyak 73 responden berpendidikan terakhir S1 (20,9%), sebanyak 3 responden berpendidikan terakhir S2 / S3 (1,1%).

## B. Outer Model

### 1. Uji Validitas

Analisis validitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *loading factor*, *cross loadings*, *fornell-larcker*, *average extracted variance (AVE)* dan HTMT. Uji *loading factor* dengan kriteria jika nilai  $> 0.5$  maka indikator dari variabel tersebut telah memenuhi syarat (Abdillah & Jogiyanto, 2015), menggunakan *cross loadings* dengan kriteria apabila nilai indikator terhadap variabel lebih kuat daripada nilai indikator terhadap variabel lain maka variabel tersebut dinyatakan memiliki indikator yang memenuhi syarat (Latan & Noonan, 2017), dan terakhir menggunakan *average extracted variance (AVE)* dengan kriteria jika nilai  $AVE > 0.5$  maka variabel tersebut telah memenuhi syarat AVE. Berikut ini merupakan tabel *loading factor*, *cross loadings*, dan *average variance extracted (AVE)* dari hasil olahan data menggunakan SmartPLS versi 3 yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini.

**Tabel 4.1. Hasil Nilai Loading Factor**

|     | <i>Cleanliness and Safe</i> | <i>Overall Satisfaction</i> | <i>Service and Information</i> | <i>Travel Convenience</i> |
|-----|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| CS1 | 0,774                       |                             |                                |                           |
| CS2 | 0,777                       |                             |                                |                           |
| CS3 | 0,802                       |                             |                                |                           |
| CS4 | 0,819                       |                             |                                |                           |
| CS5 | 0,571                       |                             |                                |                           |
| CS6 | 0,692                       |                             |                                |                           |
| CS7 | 0,753                       |                             |                                |                           |
| CS8 | 0,624                       |                             |                                |                           |
| OS1 |                             | 0,804                       |                                |                           |
| OS2 |                             | 0,826                       |                                |                           |
| OS3 |                             | 0,860                       |                                |                           |
| OS4 |                             | 0,756                       |                                |                           |
| OS5 |                             | 0,801                       |                                |                           |
| SI1 |                             |                             | 0,732                          |                           |
| SI2 |                             |                             | 0,828                          |                           |
| SI3 |                             |                             | 0,815                          |                           |
| SI4 |                             |                             | 0,742                          |                           |
| TC2 |                             |                             |                                | 0,678                     |
| TC3 |                             |                             |                                | 0,702                     |
| TC4 |                             |                             |                                | 0,670                     |
| TC5 |                             |                             |                                | 0,696                     |
| TC6 |                             |                             |                                | 0,801                     |
| TC7 |                             |                             |                                | 0,806                     |
| TC8 |                             |                             |                                | 0,723                     |
| TC1 |                             |                             |                                | 0,741                     |

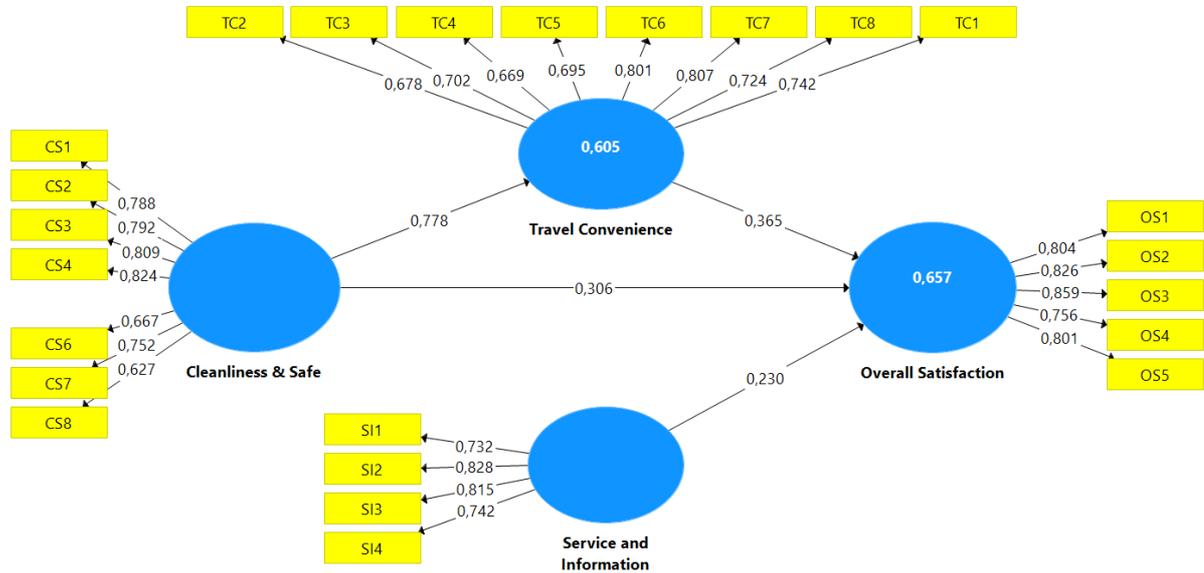
Berdasarkan hasil nilai *loading factor* pada Tabel 4.1, terlihat bahwa nilai *loading factor* dari seluruh indikator pada variabel *Overall Satisfaction*, *Service and Information*, dan *Travel Convenience* memiliki nilai diatas 0,6 kecuali indikator CS5 dari variabel *Cleanliness and Safe* yang memiliki nilai 0,571. Oleh karenanya, indikator CS5 selanjutnya tidak disertakan pada pemrosesan data.

Setelah indikator CS5 pada variabel *Cleanliness and safe* tidak digunakan untuk pengolahan selanjutnya, maka didapat hasil *loading factor* sbb:

**Tabel 4.2. Hasil Nilai Loading Factor setelah revisi**

|     | <i>Cleanliness &amp; Safe</i> | <i>Overall Satisfaction</i> | <i>Service and Information</i> | <i>Travel Convenience</i> |
|-----|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| CS1 | 0,788                         |                             |                                |                           |
| CS2 | 0,792                         |                             |                                |                           |
| CS3 | 0,809                         |                             |                                |                           |
| CS4 | 0,824                         |                             |                                |                           |
| CS6 | 0,667                         |                             |                                |                           |
| CS7 | 0,752                         |                             |                                |                           |
| CS8 | 0,627                         |                             |                                |                           |
| OS1 |                               | 0,804                       |                                |                           |
| OS2 |                               | 0,826                       |                                |                           |
| OS3 |                               | 0,859                       |                                |                           |
| OS4 |                               | 0,756                       |                                |                           |
| OS5 |                               | 0,801                       |                                |                           |
| SI1 |                               |                             | 0,732                          |                           |
| SI2 |                               |                             | 0,828                          |                           |
| SI3 |                               |                             | 0,815                          |                           |
| SI4 |                               |                             | 0,742                          |                           |
| TC2 |                               |                             |                                | 0,678                     |
| TC3 |                               |                             |                                | 0,702                     |
| TC4 |                               |                             |                                | 0,669                     |
| TC5 |                               |                             |                                | 0,695                     |
| TC6 |                               |                             |                                | 0,801                     |
| TC7 |                               |                             |                                | 0,807                     |
| TC8 |                               |                             |                                | 0,724                     |
| TC1 |                               |                             |                                | 0,742                     |

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa semua indikator pada semua variabel telah memiliki nilai faktor loading lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut, maka pengolahan data dapat dilanjutkan untuk uji validitas.



**Gambar 4.7 Hasil Analisis Validitas**

Pada gambar diatas dapat dilihat hasil output dari Smart PLS 3.0 atas model penelitian setelah indikator CS5 tidak digunakan.

**Tabel 4.3. Hasil uji Average Variance Extracted (AVE)**

|                                | <b>Average Variance Extracted (AVE)</b> |
|--------------------------------|---|
| <i>Cleanliness &amp; Safe</i>  | 0,569                                   |
| <i>Overall Satisfaction</i>    | 0,656                                   |
| <i>Service and Information</i> | 0,609                                   |
| <i>Travel Convenience</i>      | 0,531                                   |

Berdasarkan hasil nilai *average variance extracted (AVE)* yang telah disajikan dalam Tabel 4.3, menunjukkan bahwa nilai *average variance extracted (AVE)* pada setiap variabel dalam penelitian ini berada di atas 0.5. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis validitas yang diukur berdasarkan nilai *average variance extracted (AVE)*.

Dibawah ini akan ditampilkan hasil uji *fornell larcker*, nilai *cross loading* dan HTMT.

**Tabel 4.4. Hasil Uji Fornell Larcker, Nilai Cross Loading Dan HTMT.**

|   | <b>Cleanliness &amp; Safe</b> | <b>Overall Satisfaction</b> | <b>Service and Information</b> | <b>Travel Convenience</b> |
|---|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| <b>Fornell-Larcker Criterion</b>          |                               |                             |                                |                           |
| <i>Cleanliness &amp; Safe</i>             | 0,755                         |                             |                                |                           |
| <i>Overall Satisfaction</i>               | 0,734                         | 0,810                       |                                |                           |
| <i>Service and Information</i>            | 0,625                         | 0,670                       | 0,781                          |                           |
| <i>Travel Convenience</i>                 | 0,778                         | 0,760                       | 0,682                          | 0,729                     |
| <b>Cross Loadings</b>                     |                               |                             |                                |                           |
| CS1                                       | 0,788                         |                             |                                |                           |
| CS2                                       | 0,792                         |                             |                                |                           |
| CS3                                       | 0,809                         |                             |                                |                           |
| CS4                                       | 0,824                         |                             |                                |                           |
| CS6                                       | 0,667                         |                             |                                |                           |
| CS7                                       | 0,752                         |                             |                                |                           |
| CS8                                       | 0,627                         |                             |                                |                           |
| OS1                                       |                               | 0,804                       |                                |                           |
| OS2                                       |                               | 0,826                       |                                |                           |
| OS3                                       |                               | 0,859                       |                                |                           |
| OS4                                       |                               | 0,756                       |                                |                           |
| OS5                                       |                               | 0,801                       |                                |                           |
| SI1                                       |                               |                             | 0,732                          |                           |
| SI2                                       |                               |                             | 0,828                          |                           |
| SI3                                       |                               |                             | 0,815                          |                           |
| SI4                                       |                               |                             | 0,742                          |                           |
| TC2                                       |                               |                             |                                | 0,678                     |
| TC3                                       |                               |                             |                                | 0,702                     |
| TC4                                       |                               |                             |                                | 0,669                     |
| TC5                                       |                               |                             |                                | 0,695                     |
| TC6                                       |                               |                             |                                | 0,801                     |
| TC7                                       |                               |                             |                                | 0,807                     |
| TC8                                       |                               |                             |                                | 0,724                     |
| TC1                                       |                               |                             |                                | 0,742                     |
| <b>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</b> |                               |                             |                                |                           |
| <i>Cleanliness &amp; Safe</i>             |                               |                             |                                |                           |
| <i>Overall Satisfaction</i>               | <b>0,841</b>                  |                             |                                |                           |
| <i>Service and Information</i>            | <b>0,754</b>                  | <b>0,804</b>                |                                |                           |
| <i>Travel Convenience</i>                 | 0,877                         | 0,867                       | <b>0,814</b>                   |                           |

Pada tabel diatas, terlihat bahwa nilai uji *Fornell-Larcker Criterion* pada model penelitian ini, dimana nilai akar kuadrat AVE pada setiap variabel lebih besar dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel tersebut dengan variabel lainnya. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria validitas melalui uji *Fornell-Larcker Criterion*.

Berdasarkan hasil nilai dari *cross loadings* pada Tabel 4.4 diatas, disimpulkan bahwa nilai *cross loadings* dari setiap *item* variabel itu sendiri memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis validitas yang diukur berdasarkan nilai *cross loadings*.

Selain itu, hasil kalkulasi pada uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada model penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.7, dimana diketahui bahwa semua nilai pengukuran HTMT lebih kecil dari 0,9 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria validitas melalui uji HTMT.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur dengan melihat nilai dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Uji *composite reliability* suatu variabel dianggap memenuhi syarat jika nilai *composite reliability* sebuah variabel  $> 0.6$  (Latan & Noonan, 2017), dan uji *cronbach's alpha* dikatakan telah dianggap memenuhi syarat jika nilai *cronbach's alpha* sebuah variabel  $> 0.6$  (Latan & Noonan, 2017). Berikut ini merupakan tabel *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari hasil olahan data menggunakan SmartPLS versi 3 yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas dalam penelitian ini (Tabel 4.8).

**Tabel 4.5. Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability**

|                                | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> |
|--------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| <i>Cleanliness &amp; Safe</i>  | 0,872                   | 0,902                        |
| <i>Overall Satisfaction</i>    | 0,868                   | 0,905                        |
| <i>Service and Information</i> | 0,786                   | 0,862                        |
| <i>Travel Convenience</i>      | 0,873                   | 0,900                        |

Berdasarkan hasil nilai *cronbach's alpha* yang telah disajikan dalam Tabel 4.5, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.6., dimana pada variabel *Cleanliness & Safe* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,872. pada variabel *Overall Satisfaction* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,868, Service and Information memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,786 dan variabel *Travel Convenience* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,873. Sehingga, dapat disimpulkan

bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis reliabilitas yang diukur berdasarkan nilai *cronbach's alpha*.

Berdasarkan hasil nilai *composite reliability* yang telah disajikan dalam Tabel 4.8, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.6. Dimana variabel *Cleanliness & Safe* memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0,902, pada variabel *Overall Satisfaction* memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0,905, *Service and Information* memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0,862 dan variabel *Travel Convenience* memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0,900. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis reliabilitas yang diukur berdasarkan nilai *composite reliability*.

### C. Inner Model

#### 1. Uji R-Square (R<sup>2</sup>)

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen kriteria *R<sup>2</sup>* terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu: nilai *R<sup>2</sup>* 0.67, 0.33 dan 0.19 sebagai kuat, sedang (*moderate*) dan lemah (*weak*). Perubahan nilai *R<sup>2</sup>* dapat digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki pengaruh yang *substantive*

**Tabel 4.6. Output R-Square (R<sup>2</sup>)**

|                      | <b>R Square</b> |
|----------------------|-----------------|
| Overall Satisfaction | 0,657           |
| Travel Convenience   | 0,605           |

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, maka dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

- a) *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* secara bersama-sama terhadap *Overall Satisfaction*

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* secara bersama-sama terhadap *Overall Satisfaction* memiliki prediksi yang sedang (*moderate*) ke arah kuat sebesar 0.657 yang artinya apabila terjadi perubahan pada variabel *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan

*Service and Information* secara bersama-sama, maka variabel *Overall Satisfaction* juga mengalami perubahan sebesar 65,7% dan sisanya sebesar 34,3 % dipengaruhi variabel yang lain.

b) *Service and Information* terhadap *Overall Satisfaction*

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *Service and Information* terhadap *Overall Satisfaction* memiliki prediksi yang sedang, dengan skor sebesar 0,605, yang artinya apabila terjadi perubahan pada variabel *Service and Information*, maka *Overall Satisfaction* juga mengalami perubahan sebesar 60,5% dan sisanya sebesar 39,5 % dipengaruhi variabel yang lain.

2. *Uji f-Square (f<sup>2</sup>)*

Pengukuran efek (*effect size*)  $f^2$  mengukur dampak dari konstruk prediktor tertentu pada konstruk endogen. Pengukuran ini digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk prediktor jika dihilangkan akan memiliki dampak besar pada nilai-nilai *f-Square* dari konstruk-konstruk endogen. Panduan dalam menilai nilai  $f^2$  untuk konstruksi laten eksogen dalam memprediksi konstruk endogen yaitu 0.02 memiliki pengaruh kecil, 0.15 memiliki pengaruh moderat, dan 0.35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.

**Tabel 4.7. Output f-Square (f<sup>2</sup>)**

|                                | <i>Cleanliness &amp; Safe</i> | <i>Overall Satisfaction</i> | <i>Service and Information</i> | <i>Travel Convenience</i> |
|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| <i>Cleanliness &amp; Safe</i>  |                               | 0,103                       |                                | <b>1,528</b>              |
| <i>Overall Satisfaction</i>    |                               |                             |                                |                           |
| <i>Service and Information</i> |                               | 0,079                       |                                |                           |
| <i>Travel Convenience</i>      |                               | 0,129                       |                                |                           |

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, bahwa hubungan antara *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* terhadap *Overall Satisfaction* pada level struktural memiliki pengaruh kecil, dengan skor dibawah 0,15.

Sedangkan hubungan antara *Cleanliness & Safe* dan *Travel Convenience* memiliki pengaruh besar dengan nilai 1,523.

#### D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu pengujian hipotesis pengaruh dan hubungan langsung, dan pengujian hipotesis pengaruh dan hubungan tidak langsung (melalui variabel mediator). H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> dan H<sub>4</sub> merupakan hipotesis pengaruh dan hubungan langsung, sedangkan H<sub>4</sub> merupakan hipotesis pengaruh dan hubungan tidak langsung. Nilai *t-statistics* dan *p-value* pada taraf signifikansi sebesar 95% adalah lebih dari 1,96 dan kurang dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima. *Path coefficient* merupakan pengukuran yang menunjukkan hubungan antar variabel. Hubungan yang dapat dipahami dari nilai *path coefficient* berukuran -1 sampai dengan +1. Arah yang ditunjukkan oleh tanda negatif atau positif merupakan hubungan antar variabel. Hasil kalkulasi *T-statistic*, *p-value* dan *path coefficient* untuk hipotesis pengaruh dan hubungan langsung dapat dilihat pada Tabel 4.8, serta untuk hipotesis pengaruh dan hubungan tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.8. Hasil Analisis Path Coefficients, T Statistics dan P-Values pada hubungan langsung**

|                | <i>Hubungan Variabel</i>                              | <i>Path Coefficient</i> | <b>T Statistics</b> | <b>P Values</b> |
|----------------|---|-------------------------|---------------------|-----------------|
| H <sub>1</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe - Travel Convenience</i>    | 0,778                   | 28,330              | 0,000           |
| H <sub>2</sub> | <i>Travel Convenience – Overall Satisfaction</i>      | 0,365                   | 6,067               | 0,000           |
| H <sub>3</sub> | <i>Service and Information - Overall Satisfaction</i> | 0,230                   | 4,715               | 0,000           |
| H <sub>4</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe - Overall Satisfaction</i>  | 0,306                   | 5,651               | 0,000           |

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>1</sub> adalah 0,778 dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Nilai *T-statistics* untuk H<sub>1</sub> adalah sebesar 28,33 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* untuk H<sub>1</sub> adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *t-statistics* dan *p-value*, maka H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *travel convenience* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>2</sub> adalah 0,365 dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Nilai *T-statistics* untuk H<sub>2</sub> adalah sebesar 6,067 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* untuk H<sub>2</sub> adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan *p-value*, maka H<sub>2</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Travel convenience* merupakan

prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>3</sub> adalah 0,230 dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Nilai *T-statistics* untuk H<sub>3</sub> adalah sebesar 4,715 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* untuk H<sub>3</sub> adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan *p-value*, maka H<sub>3</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Service and information* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>4</sub> adalah 0,306 dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Nilai *T-statistics* untuk H<sub>4</sub> adalah sebesar 5,651 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* untuk H<sub>4</sub> adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan *p-value*, maka H<sub>4</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.

**Tabel 4.9**  
***Path Coefficients, T Statistics dan P-Values pada hubungan tidak langsung***

|                | <b><i>Hubungan Variabel</i></b>   | <b><i>Path Coefficient</i></b> | <b>T Statistics</b> | <b>P Values</b> |
|----------------|---|--------------------------------|---------------------|-----------------|
| H <sub>5</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe → Travel Convenience → Overall Satisfaction</i> | 0,292                          | 5,932               | 0,000           |

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>5</sub> adalah 0,292 dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Nilai *t-statistics* untuk H<sub>5</sub> adalah sebesar 5,932 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* untuk H<sub>5</sub> adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai *t-statistics*, *p-value* dan *path coefficient*, maka H<sub>5</sub> yang menyatakan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif secara tidak langsung untuk *overall satisfaction*, yang dimediasi dengan *travel convenience* dapat diterima dan disimpulkan bahwa *Travel Convenience* sebagai variabel mediator berpengaruh secara signifikan dalam memediasi *Cleanliness & Safe* dan *Overall Satisfaction* serta hubungan mediasi tersebut memiliki arah yang positif.

## E. Pembahasan

Penelitian ini berdasar pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen & Sheikh, 2013) yang berpendapat bahwa perilaku manusia ditentukan oleh 3 jenis pertimbangan yaitu 1. Kepercayaan mengenai kemungkinan hasil dari perilaku dan evaluasi hasil ini (*behavioral beliefs*). 2. Kepercayaan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui harapan-harapan tersebut (*normative beliefs*). 3. Kepercayaan mengenai adanya faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku dan persepsi kekuatan faktor ini (*control beliefs*). Pertimbangan-pertimbangan tersebut menjadi dasar seseorang membangun persepsi tentang kenyamanan penggunaan transportasi publik MRT sehingga membentuk kenyamanan secara keseluruhan pada penggunaan MRT selama masa pandemi Covid-19 ini.

Penelitian ini menggunakan sebanyak 349 responden. Berdasarkan deskripsi subyek penelitian, sebanyak 149 responden memiliki gender laki-laki (42,7%), dan sisanya 200 responden adalah jenis kelamin perempuan (57,3%). Sejumlah 246 responden berusia 17-21 tahun (70,5%), sebanyak 77 responden berusia 22-30 tahun (22,1%), sebanyak 9 responden berusia 31-40 tahun (2,6%), sebanyak 16 orang berusia 41-55 tahun (4,6%), dan 1 orang diatas 55 tahun (0,3%). 91,1% responden adalah mahasiswa, sisanya adalah karyawan. Sedangkan pendidikan terakhir 77,9% responden adalah SMA, 20,9% berpendidikan S1, sisanya S2 dan S3.

Berdasarkan hasil nilai *loading factor* pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa indikator dengan kode CS5 memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,6. Untuk itu, indikator tersebut tidak digunakan lagi pada analisis yang dilakukan. Selain indikator tersebut, semua indikator untuk tiap variabel memiliki nilai *loadings factor* diatas 0,6, yang berarti variabel telah memenuhi syarat *loading factor*.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan hasil dari pengujian *loading factor*, *cross loadings*, dan *average variance extracted* (AVE). Pada pengujian *loading factor*, semua nilai indikator menunjukkan hasil diatas 0,5, yang artinya memenuhi kriteria syarat *loading factor*. Pada pengujian *cross loadings*, nilai dari setiap *item* variabel itu sendiri memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya, dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis validitas yang diukur berdasarkan nilai *cross loadings*, menunjukkan bahwa nilai *average variance extracted* (AVE) pada setiap indikator dalam penelitian ini berada di atas 0,5, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,5 dari syarat yang telah ditentukan, dan dapat

disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis validitas yang diukur berdasarkan nilai *average variance extracted* (AVE). Dapat disimpulkan data di dalam penelitian ini telah valid, dan dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan hasil dari pengujian *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*. Pada pengujian *composite reliability*, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.6, dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis reliabilitas yang diukur berdasarkan nilai *composite reliability*. Pada pengujian *cronbach's alpha*, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.6, dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dari analisis reliabilitas yang diukur berdasarkan nilai *cronbach's alpha*. Dapat disimpulkan data di dalam penelitian ini telah reliabel, dan dilanjutkan dengan pengujian analisis data.

Berdasarkan hasil uji R-square didapat hasil bahwa *Cleanliness & Safe, Travel Convenience* dan *Service and Information* secara bersama-sama terhadap *Overall Satisfaction* memiliki prediksi yang sedang (*moderate*) ke arah kuat sebesar 0.657 yang artinya apabila terjadi perubahan pada variabel *Cleanliness & Safe, Travel Convenience* dan *Service and Information* secara bersama-sama, maka variabel *Overall Satisfaction* juga mengalami perubahan sebesar 65,7% dan sisanya sebesar 34,3 % dipengaruhi variabel yang lain. Selain itu, *Service and Information* terhadap *Overall Satisfaction* memiliki prediksi yang sedang, dengan skor sebesar 0,605, yang artinya apabila terjadi perubahan pada variabel *Service and Information*, maka *Overall Satisfaction* juga mengalami perubahan sebesar 60,5% dan sisanya sebesar 39,5 % dipengaruhi variabel yang lain.

Dari pengukuran efek (*effect size*)  $f^2$  diketahui bahwa hubungan antara *Cleanliness & Safe, Travel Convenience* dan *Service and Information* terhadap *Overall Satisfaction* pada level struktural memiliki pengaruh kecil, dengan skor dibawah 0,15. Sedangkan pengukuran efek hubungan antara *Cleanliness & Safe* dan *Travel Convenience* memiliki pengaruh besar dengan nilai 1,523.

Pada pengujian  $H_1$  diketahui bahwa nilai *path coefficient* ( $\beta$ ) adalah adalah 0,778; *T-statistics* sebesar 28,33 dan *p-value* untuk  $H_1$  adalah sebesar 0,000 . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *travel convenience* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Choocharukul & Sriroongvikrai (2013); Jiang dkk. (2018) dan Jin dkk. (2019).

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>2</sub> adalah 0,365 ; skor *T-statistics* sebesar 6,067; ; *p-value* adalah 0,000. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan, *p-value*, maka H<sub>2</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Travel convenience* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Kaura dkk. (2015), Srivastava & Kaul (2014), dan Choocharukul & Sriroongvikrai (2013).

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>3</sub> adalah 0,230 ; *T-statistics* sebesar 4,715 ; *p-value* untuk H<sub>3</sub> adalah 0,00. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan, *p-value*, maka H<sub>3</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Service and information* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Choocharukul & Sriroongvikrai (2013), Anselmsson and Johansson (2014), dan Koenig-Lewis & Palmer (2014).

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>4</sub> adalah 0,306 ; Nilai *T-statistics* untuk H<sub>4</sub> adalah sebesar 5,651 ; Nilai *p-value* untuk H<sub>4</sub> adalah 0,000. Berdasarkan nilai *path coefficient*, *T-statistics* dan, *p-value*, maka H<sub>4</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Choocharukul & Sriroongvikrai (2013).

Nilai *path coefficient* untuk H<sub>5</sub> adalah 0,292 ; Nilai *T-statistics* 5,932 ; Nilai *p-value* adalah 0,000. Berdasarkan nilai *T-statistics*, *p-value* dan *path coefficient*, maka H<sub>5</sub> yang menyatakan bahwa *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif secara tidak langsung untuk *overall satisfaction*, yang dimediasi dengan *travel convenience* dapat diterima dan disimpulkan bahwa *Travel Convenience* sebagai variabel mediator berpengaruh secara signifikan dalam memediasi *Cleanliness & Safe* dan *Overall Satisfaction* serta hubungan mediasi tersebut memiliki arah yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Choocharukul & Sriroongvikrai (2013).

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, terbukti bahwa pada masa pandemi Covid-19 ini *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Overall Satisfaction* pengguna MRT di Jakarta, dan *Travel Convenience* sebagai variabel mediator berpengaruh secara signifikan dalam memediasi *Cleanliness & Safe* dan *Overall Satisfaction*.

Dibawah ini disampaikan tabel berupa rangkuman dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

**Tabel 4.11**  
***Path Coefficients, t Statistics dan P-Values pada hubungan tidak langsung***

|                | <b><i>Hubungan Variabel</i></b>   | <b><i>Path Coefficient</i></b> | <b><i>T Statistics</i></b> | <b><i>f<sup>2</sup></i></b>     | <b><i>P Values</i></b> | <b><i>Kesimpulan</i></b> |
|----------------|---|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------|
| H <sub>1</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe - Travel Convenience</i>                        | 0,778<br>(Positif)             | 28,330                     | 1,528<br>(kuat)                 | 0,000                  | Diterima                 |
| H <sub>2</sub> | <i>Travel Convenience – Overall Satisfaction</i>                          | 0,365<br>(Positif)             | 6,067                      | 0,129<br>(lemah)                | 0,000                  | Diterima                 |
| H <sub>3</sub> | <i>Service and Information - Overall Satisfaction</i>                     | 0,230<br>(Positif)             | 4,715                      | 0,079<br>(lemah)                | 0,000                  | Diterima                 |
| H <sub>4</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe - Overall Satisfaction</i>                      | 0,306<br>(Positif)             | 5,651                      | 0,103<br>(lemah)                | 0,000                  | Diterima                 |
| H <sub>5</sub> | <i>Cleanliness &amp; Safe → Travel Convenience → Overall Satisfaction</i> | 0,292<br>(Positif)             | 5,932                      | 1,528 ; 0,103<br>(kuat);(lemah) | 0,000                  | Diterima                 |

Adapun kontribusi manajerial dari penelitian ini adalah pentingnya ini *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* dalam menentukan *Overall Satisfaction* pengguna MRT di Jakarta, dimana *Cleanliness & Safe* dapat berpengaruh secara kuat dalam menentukan *Travel Convenience* . Selain itu, service dan informasi memberi pengaruh yang lemah terhadap *overall satisfaction*.

## BAB 5.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *travel convenience* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif Partisipasi Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Persepsi Etika serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif dan kuat.
2. *Travel convenience* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.
3. *Service and information* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.
4. *Cleanliness and safe* merupakan prediktor positif terhadap *overall satisfaction* serta kedua variabel memiliki hubungan yang positif.
5. *Travel Convenience* sebagai variabel mediator berpengaruh secara signifikan dalam memediasi *Cleanliness & Safe* dan *Overall Satisfaction* serta hubungan mediasi tersebut memiliki arah yang positif.

#### B. Saran

1. Bagi praktisi, disarankan memperhatikan pentingnya *Cleanliness & Safe*, *Travel Convenience* dan *Service and Information* dalam menentukan *Overall Satisfaction* pengguna MRT di Jakarta, terutama *Cleanliness & Safe* yang terbukti dapat memberi pengaruh secara kuat dalam menentukan *Travel Convenience* .
2. Bagi akademisi, dapat melakukan penelitian sejenis pada industri yang berbeda agar dapat memperluas penelitian ini pada berbagai industri, dan menambahkan variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2015). The theory of planned behaviour is alive and well, and not ready to retire: a commentary on Sniehotta, Priesseu, and Araújo-Soares. *Health psychology review*, 9(2), 131-137.
- \_\_\_\_\_, & Sheikh, S. (2016). Action versus inaction: Anticipated affect in the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(1), 155-162.
- Anderson, R. E., Young, V., Stewart, M., Robertson, C., & Dancer, S. J. (2011). Cleanliness audit of clinical surfaces and equipment: who cleans what?. *Journal of Hospital Infection*, 78(3), 178-181.
- Anselmsson, J. and Johansson, U. (2014). A comparison of customer perceived service quality in discount versus traditional grocery stores. *International Journal of Quality and Service Sciences*, . 6 (4), 369-386.
- Armitage, C. J., & Christian, J. (2017). From attitudes to behavior: Basic and applied research on the theory of planned behavior. In *Planned Behavior* (pp. 1-12). Routledge.
- Ayuningtyas, D. N., & Suryaatmaja, L. (2011). *Hubungan antara Pengetahuan dan Perilaku Menjaga Kebersihan Genitalia Eksterna dengan Kejadian Keputihan pada Siswi SMA Negeri 4 Semarang* (Doctoral dissertation, Faculty of Medicine).
- BBC (2019, March 24). Resmikan MRT Jakarta, Presiden Joko Widodo: Ini adalah peradaban baru yang akan kita mulai. Retrieved from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-47683219>
- Brons, M., Givoni, M., & Rietveld, P. (2009). Access to railway stations and its potential in increasing rail use. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 43(2), 136-149.
- Burns, A. C., Bush, R. F., & Sinha, N. (2014). Marketing research (Vol. 7). Harlow: Pearson.
- Caughey, A. B., Cahill, A. G., Guise, J. M., & Rouse, D. J., (2014). Safe prevention of the primary cesarean delivery. *American journal of obstetrics and gynecology*, 210(3), 179-193.

- Caughey, A. B., Cahill, A. G., Guise, J. M., Rouse, D. J., & American College of Obstetricians and Gynecologists. (2014). Safe prevention of the primary cesarean delivery. *American journal of obstetrics and gynecology*, 210(3), 179-193.
- Choocharukul, K., & Sriroongvikrai, K. (2013). Multivariate analysis of customer satisfaction: a case study of Bangkok's mass rapid transit (MRT) passengers. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 10, 1258-1269.
- Collier, J. E., & Kimes, S. E. (2013). Only if it is convenient: understanding how convenience influences self-service technology evaluation. *Journal of Service Research*, 16(1), 39-51.
- Connaway, L. S., Dickey, T. J., & Radford, M. L. (2011). "If it is too inconvenient I'm not going after it:" Convenience as a critical factor in information-seeking behaviors. *Library & Information science research*, 33(3), 179-190.
- Dwi, F. B. A. A. S. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Dwi, F. B. A. A. S. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Elizabeth Lloyd, A., YK Chan, R., SC Yip, L., & Chan, A. (2014). Time buying and time saving: effects on service convenience and the shopping experience at the mall. *Journal of Services Marketing*, 28(1), 36-49.
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Garson, G . D. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishers.
- Hanif, M., Hafeez, S., & Riaz, A. (2011). Factors affecting customer satisfaction. *International research journal of finance and economics*, 60(1), 44-52.
- Hermawan, Y. (2015). Hubungan antara tingkat pendidikan dan persepsi dengan perilaku ibu rumah tangga dalam pemeliharaan kebersihan lingkungan. *Bumi Lestari Journal of Environment*, 5(2).
- <https://jakartamrt.co.id/id/info-terkini/mrt-jakarta-raih-platinum-dtkj-awards-2020> nasrullah
- Jankalova, M. (2016). Assessment of the telephone service provision. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(1), 72-87.
- iang, Z., Krishnamurthy, A., & Lustig,

- H. (2018, May). Foreign safe asset demand for US treasuries and the dollar. In *AEA Papers and Proceedings* (Vol. 108, pp. 537-41).
- Jin, H., Wang, S., Yang, F., & Xu, H. (2019, August). Service Convenience and Customer Loyalty: Findings from Convenience Stores in Guangzhou. In *2019 5th International Conference on Social Science and Higher Education (ICSSHE 2019)*. Atlantis Press.
- Kabadayi, S., Ali, F., Choi, H., Joosten, H. and Lu, C. (2019). Smart service experience in hospitality and tourism services, *Journal of Service Management*, 30 (3), 326-348.
- Kaura, V., Durga Prasad, C. S., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404-422.
- Koenig-Lewis, N., & Palmer, A. (2014). The effects of anticipatory emotions on service satisfaction and behavioral intention. *Journal of Services Marketing*, 28(6), 437-451.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2013). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in human behavior*, 25(4), 887-896.
- L. Li, S. Wang, M. Li and J. Tan. (2018), "Comparison of travel mode choice between taxi and subway regarding traveling convenience," in *Tsinghua Science and Technology*, vol. 23, no. 2, pp. 135-144, April, doi: 10.26599/TST.2018.9010059.
- Losee, R. M. (2013). A discipline independent definition of information. *Journal of the American Society for information Science*, 48(3), 254-269.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of marketing research: A hands-on orientation*. Essex: Pearson.
- MRT, R. (2016, August 3). MRT Jakarta – Jakarta Metro Mass Rapid Transit. Retrieved from <http://Jakartamrt.co.id>
- Peters, J. D. (2012). Information: Notes toward a critical history. *Journal of Communication Inquiry*, 12(2), 9–23.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013), *Research Methods for Business. A Skill Building Approach. Fifth Edition. A John Wiley and Sons, Ltd, Publication.*
- Srivastava, M., & Kaul, D. (2014). Social interaction, convenience and customer satisfaction: The mediating effect of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 1028-1037.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.

- Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior?. *Zeitschrift für Psychologie*.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora*, 5(1).
- The Importance Of Cleaning For Health. (2012). Retrieved from <https://www.cleanlink.com/cp/article/The-Importance-Of-Cleaning-For-Health--19862>
- Wardman, Mark (2014) : Valuing convenience in public transport: Roundtable summary and conclusions, International Transport Forum Discussion Paper, No. 2014-02, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), International Transport Forum, Paris
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2011). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism management*, 31(2), 274-284.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### A. DAFTAR RIWAYAT HIDUP KETUA PENELITI

#### I. IDENTITAS DIRI

|       |  |  |
|-------|--|--|
| 1.1.  | Nama Lengkap (dengan gelar)            | Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.  |
| 1.2.  | Jabatan Fungsional                     | Lektor (200)   |
| 1.3.  | NIP / NIK / No. Identitas lainnya      | 10100001   |
| 1.4.  | Tempat dan Tanggal Lahir               | Jakarta, 8 Agustus 1968  |
| 1.5.  | Alamat Rumah                           | Jalan Pulau Sebaru Blok L5 No. 26,<br>Jakarta Barat 11610  |
| 1.6.  | Nomor telepon/ Fax                     | 021-58357880   |
| 1.7.  | Nomor HP                               | 081808183700   |
| 1.8.  | Alamat kantor                          | Fakultas Ekonomi<br>Universitas Tarumanagara<br>Jl. Tanjung Duren Utara No. 1<br>Jakarta Barat – 11470   |
| 1.9.  | Nomor telepon/ Fax                     | 021-5655507/ 08/ 09/ 10 Ext. 0625  |
| 1.10. | Alamat <i>e-mail</i>                   | <a href="mailto:miharni.tj@gmail.com">miharni.tj@gmail.com</a>   |
| 1.11. | Lulusan yang telah dihasilkan          | S1 = ±220 orang;<br>S2 = ± 35 orang;<br>S3 = - orang.  |
| 1.12. | Mata kuliah yang sedang/ pernah diampu | 1. Seminar Manajemen Pemasaran;<br>2. Manajemen Pemasaran;<br>3. Manajemen Pengembangan Produk dan Inovasi;<br>4. Etika Bisnis dan Profesi;<br>5. Penelitian Pemasaran |

#### II. RIWAYAT PENDIDIKAN

| 2.1. | Program               | S1   | S2                                | S3                           |
|------|-----------------------|--|-----------------------------------|------------------------------|
| 2.2. | Nama Perguruan Tinggi | Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga | Universitas Tarumanagara, Jakarta | Universitas Indonesia, Depok |
| 2.3. | Bidang Ilmu           | Manajemen                                  | Manajemen                         | Manajemen Pemasaran          |
| 2.4. | Tahun Masuk           | 1987                                       | 1993                              | 2010                         |
| 2.5. | Tahun Lulus           | 1991                                       | 1995                              | 2014                         |

### III. PENGALAMAN PENELITIAN (Bukan Skripsi, Tesis, Maupun Disertasi)

| No. | Tahun | Judul Penelitian   | Pendanaan     |             |
|-----|-------|--|---------------|-------------|
|     |       |  | Sumber        | Jumlah (Rp) |
| 1   | 2012  | Kesadaran Pelanggan Tentang Etika Pemasaran Produk Konsumen: Studi Pada 10 Perusahaan Produk Konsumen Di Indonesia                                 | LPPI<br>Untar | 3.500.000   |
| 2   | 2013  | Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan: Studi pada 5 Perusahaan Produk Konsumen di Indonesia                        | LPPI<br>Untar | 5.000.000   |
| 3   | 2015  | Peranan Budaya Tionghoa Surakarta (Solo) dalam Kehidupan Masyarakat : Suatu Kajian Mikro terhadap Tiong Hoa Surakarta (Solo). (Studi 1 tahun 2015) |               |             |
| 4   | 2018  | Peran pengaruh sosial terhadap niat membeli dengan persepsi nilai sebagai mediator pada konsumen Starbucks sebagai produk ramah lingkungan         | LPPM<br>Untar | 15.000.000  |
| 5   | 2018  | Pengaruh penempatan destinasi pada film Crazy Rich Asians  | LPPM<br>Untar | 15.700.000  |
| 6   | 2019  | Peran <i>Innovativeness</i> Sebagai Moderasi Pada Keterkaitan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Pembelian Kopi Starbuck                               | LPPM<br>Untar | 15.000.000  |
| 7   | 2019  | Peran Etika Pemasaran Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Reputasi Perusahaan : Kasus Pt. Unilever Indonesia                             | LPPM<br>Untar | 11.000.000  |

### IV. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (Bukan Skripsi, Tesis, Maupun Disertasi)

| No. | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat                                  | Pendanaan              |             |
|-----|-------|---|------------------------|-------------|
|     |       |   | Sumber                 | Jumlah (Rp) |
| 1   | 2013  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |             |
| 2   | 2014  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Loyola, Semarang   |             |
| 3   | 2014  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |             |
| 4   | 2015  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Negeri 3, Solo     |             |
| 5   | 2015  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Sedes, Semarang    |             |
| 6   | 2015  | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |             |

|    |      |   |                        |  |
|----|------|---|------------------------|--|
| 7  | 2016 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Loyola, Semarang   |  |
| 8  | 2016 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |  |
| 9  | 2017 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Loyola, Semarang   |  |
| 10 | 2017 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |  |
| 11 | 2018 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMA Regina Pacis, Solo |  |
| 12 | 2019 | Pembicara dan penyuluh “Kiat memilih program Studi dan Universitas” | SMAN 94, Jakarta       |  |

**V. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL  
(Tidak Termasuk Makalah Seminar/*Proceedings*, Artikel di Surat Kabar)**

| No. | Tahun | Judul Artikel Ilmiah   | Volume / Nomor | Nama Jurnal               |
|-----|-------|--|----------------|---------------------------|
| 1   | 2005  | Peranan Obligasi dalam Perkembangan Pasar Modal di Indonesia dan Prospeknya di masa Mendatang        | X/01/2005      | Jurnal Ekonomi FE Untar   |
| 2   | 2002  | Perkembangan Industri Asuransi di Indonesia, Kendala dan Prospeknya dalam Menghadapi AFTA tahun 2003 | VII//02/2002   | Jurnal Ekonomi FE Untar   |
| 3.  | 2000  | Peranan BAPEPAM dalam mendorong Efisiensi Pasar Modal di Indonesia                                   | III/04/2000    | Jurnal Publikasi FE Untar |

**VI. PENGALAMAN PENULISAN BUKU**

| No. | Tahun | Judul Buku | Jumlah Halaman | Penerbit |
|-----|-------|------------|----------------|----------|
| -   | -     | -          | -              | -        |

**VII. PENGALAMAN PEROLEHAN HKI**

| No. | Tahun | Judul / Tema HKI  | Jenis       | Nomor Pendaftaran / Sertifikat |
|-----|-------|---|-------------|--------------------------------|
| 1   | 2020  | Kuesioner Pengukuran Etika Pemasaran Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Industri Fast Moving Consumer Goods Di Indonesia | Karya Tulis | 000199166                      |

**VIII. PENGALAMAN RUMUSAN KEBIJAKAN PUBLIK/ REKAYASA SOSIAL LAINNYA**

| No. | Tahun | Judul/ Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan | Tempat Penerapan | Respon Masyarakat |
|-----|-------|--|------------------|-------------------|
| -   | -     | -  | -                | -                 |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, 10 Oktober 2020

Ketua,

(Dr. Miharni Tjokrosaputro, SE., MM)

## B. DAFTAR RIWAYAT HIDUP ANGGOTA PENELITI 1

### I. Identitas Diri

|       |   |   |
|-------|---|---|
| 1.1.  | Nama Lengkap (dengan gelar)               | <b>Sanny Ekawati SE.,MM.</b>  |
| 1.2.  | Jabatan Fungsional                        | AA  |
| 1.3.  | NIDN/ NIK/<br>KTP                         | 0324077602/10100004/<br>3671056407760010  |
| 1.4.  | Tempat dan Tanggal Lahir                  | Jakarta, 24 Juli 1976   |
| 1.5.  | Alamat Rumah                              | Perum Griya Permata E4/3  |
| 1.6.  | Nomor Telepon/Fax                         | -   |
| 1.7.  | Nomor HP                                  | 083892325761  |
| 1.8.  | Alamat Kantor                             | Tanjung Duren Utara No.1  |
| 1.9.  | Nomor Telepon/Fax                         | 0215655510  |
| 1.10. | Alamat e-mail                             | <a href="mailto:sannye@fe.untar.ac.id">sannye@fe.untar.ac.id</a>  |
| 1.12. | Mata Kuliah yang sedang dan pernah diampu | Manajemen dan Komunikasi Bisnis<br><br>Manajemen Pemasaran<br><br>Manajemen Penjualan<br><br>Ekonomi Koperasi |

### II. Riwayat Pendidikan

| 2.1  | Program:                      | S1   | S2   | S3 |
|------|-------------------------------|--|--|----|
| 2.2. | Nama PT                       | UNTAR  | UNTAR  |    |
| 2.3  | Bidang Ilmu                   | Manajemen  | Manajemen  |    |
| 2.4  | Tahun Masuk                   | 1994   | 2000   |    |
| 2.5  | Tahun Lulus                   | 1998   | 2004   |    |
| 2.6  | Judul Skripsi/Tesis/Disertasi | Pelaksanaan Pelatihan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Produktivitas pada PT. Matapel Di Jakarta | Analisis Manajemen Strategi Pada PT. CRS di Bekasi |    |
| 2.7  | Nama Pembimbing/Promotor      | Drs. Yos   | DR. Suparman Ibrahim Abdullah MSc.                 |    |

### III. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

| No. | Tahun         | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat   | Pendanaan            |                   |
|-----|---------------|--|----------------------|-------------------|
|     |               |  | Sumber               | Jumlah (Juta Rp)  |
| 1.  | April 2012    | Tim Pemantau Independen Ujian Nasional   | UNTAR dan Pemerintah |                   |
| 2.  | April 2013    | Tim Pemantau Independen Ujian Nasional   | UNTAR dan Pemerintah |                   |
| 3.  | Juni 2014     | Pelatihan Manajemen Koperasi pada PT. Rawchem Chemicals  | Mandiri              | Rp. 500.000,00    |
| 4.  | November 2014 | Pelatihan untuk guru dengan menggunakan media sosial   | UNTAR                | Rp. 2.000.000,00  |
| 5.  | Januari 2015  | Pembuatan SOP bagi UMKM Pakaian Bayi PT. Bellie  | UNTAR                | Rp. 2.500.000,00  |
| 6.  | Januari 2017  | Pendampingan Pembuatan Media Promosi Online dan Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Pada Usaha Car Wash di Tangerang | DPPM<br>UNTAR        | Rp. 14.000.000,00 |
| 7.  | Januari 2018  | Implementasi Strategi Manajemen Ritel dan Penyusunan Laporan Keuangan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing         | DPPM<br>UNTAR        | Rp.12.000.000,00  |

#### IV. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam Jurnal

| No. | Tahun | Judul Artikel Ilmiah   | Volume/Nomor  | Nama Jurnal                   |
|-----|-------|--|---|-------------------------------|
| 1.  | 2002  | Pengembangan Produk Global Sebagai Upaya Untuk Bersaing Dalam Pasar Global   | Th III/04/2000                                      | Publikasi FE UNTAR            |
| 2.  | 2015  | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara  | ISSN 0854-9842<br>Vol XX/01/2015                    | Jurnal Ekonomi UNTAR          |
| 3.  | 2016  | Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan UKM di Jakarta  | ISSN 2541-3400                                      | Prosiding CMBS UNTAR          |
| 4.  | 2016  | Pengaruh Faktor Strategi Terhadap Organizational Learning UMKM di Jakarta Barat  | ISSN 2089-1040                                      | Prosiding SNKIB VI UNTAR      |
| 5.  | 2017  | Pengaruh Peran Orang Tua, Anggota Keluarga, dan Anggota Non-Keluarga Terhadap Kesuksesan Bisnis Keluarga dengan Keharmonisan Keluarga Sebagai Variabel Mediasi | ISSN 2089-1040<br>e- ISSN 2579-9517                 | Prosiding SNKIB VII UNTAR     |
| 6.  | 2017  | Faktor Internal Sebagai Penentu Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha  | p-ISSN 2579-6224<br>e-ISSN 2579-6232<br>Vol. 1 No.2 | Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis |
| 7.  | 2018  | Personality Traits Pada Pelaku Wirausaha Sosial Indonesia  | ISSN 2089-1040<br>e-ISSN 2579-9517                  | Prosiding SNKIB VIII          |
| 8.  | 2018  | Pengaruh Kredibilitas, Informatif, Dan Empati SMS Advertising Terhadap Intensi Pembelian Konsumen di Jakarta   | p-ISSN 2579-6224<br>e-ISSN 2579-6232<br>Vol. 2 No.1 | Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis |

Demikian biodata ini saya buat dengan sebena-benarnya.

Jakarta, September 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'SE.' with a stylized flourish above the letters.

(Sanny Ekawati SE., MM)

## C. LAMPIRAN 4: BIODATA ANGGOTA PENELITIAN

### A. Identitas Diri

|     |                             |  |
|-----|-----------------------------|--|
| 1.  | Nama Lengkap (dengan gelar) | Dr. Jonnardi .SE., MM.,CA.,CPA   |
| 2.  | Jenis Kelamin               | Laki-laki  |
| 3.  | Jabatan Fungsional          | Lektor (200)   |
| 4.  | NIP/NIK/Identitas Lainnya   | 10191030   |
| 5.  | NIDN                        | 0324016401   |
| 6.  | Tempat dan Tanggal Lahir    | Sungai Penuh 24 Januari 1964   |
| 7.  | E-mail                      | jonnardi@fe.untar.ac.id  |
| 8.  | Nomor Telepon/HP            | +62 818 826 830  |
| 9.  | Alamat Kantor               | Fakultas Ekonomi dan Bisnis<br>Universitas Tarumanagara<br>Jl. Tanjung Duren Utara No.1<br>Jakarta Barat - 11470 |
| 10. | Mata Kuliah yang Diampu     | 1. Teori Akuntansi;<br>2. Metode Penelitian;<br>3. Seminar Penelitian Akuntansi;                                 |

### B. Riwayat Pendidikan

|                       | S1  | S2  | S3  |
|-----------------------|---|---|---|
| Nama Perguruan Tinggi | Universitas Andalas Sumatra Barat                                 | Universitas Trisakti Jakarta                                | Universitas Padjajaran Bandung  |
| Bidang Ilmu           | Akuntansi   | Manajemen   | Manajemen   |
| Tahun Lulus           | 1990  | 1997  | 2014  |
| Judul Skripsi/Tesis   | Audit Perserdian Studi Kasus Pada PT Coca Cola Bottling Indonesia | Dinamika Pemberian Kredit Produktif Melalui Perum Pegadaian | Efek Pemoderasi Indikator Moneter terhadap Validitas Dari Trade Off Theory dan Pecking Order Theory di Bursa efek indonesia |

### C. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal

| No | Judul Artikel Ilmiah   |
|----|--|
| 1. | Moderation Effect of Monetary Indicators on the Pecking Order Theory Validity in Indonesia Stock Exchange (BEI)<br><br>International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Vol. IV, Issue 7, July 2016 ISSN 2348 0386 |

| No | Judul Artikel Ilmiah   |
|----|--|
| 2. | Moderation Effect of Exchange Rate to Signaling Theory Validity in Indonesia Stock Exchange<br><br>Business and Management Studies Vol. 3, No. 1; March 2017 ISSN: 2374-5916 E-ISSN: 2374-5924 Published by Redfame Publishing |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Jakarta, Oktober 2020



Jonhardi

## D. LAMPIRAN 4: BIODATA ANGGOTA PENELITI

### 1. Identitas Diri

|       |                               |                                       |
|-------|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1.1.  | Nama Lengkap (dengan gelar)   | Ida Puspitowati, S.E., M.E.           |
| 1.2.  | Jabatan Fungsional            | Lektor                                |
| 1.3.  | NIP/NIK/No. identitas lainnya | 10192070                              |
| 1.4.  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Semarang, 14 April 1967               |
| 1.5.  | Alamat Rumah                  | Kelapa Puan AK 5 No 37 Gading Serpong |
| 1.6.  | Nomor Telepon/Fax             | 021-5474586                           |
| 1.7.  | Nomor HP                      | 081289614124                          |
| 1.8.  | Alamat Kantor                 | Universitas Tarumanagara              |
| 1.9.  | Nomor Telepon/Fax             | 021-5655509/10                        |
| 1.10. | Alamat e-mail                 | idap@fe.untar.ac.id                   |
| 1.12. | Mata Kuliah yang diampu       | 1. Pengantar Ilmu Ekonomi             |
|       |                               | 2. Perekonomian Indonesia             |
|       |                               | 3. Pengantar Ekonomi Pembangunan      |
|       |                               | 4. Teori Ekonomi Makro                |

### II. Riwayat Pendidikan

| 2.1. | Program:                      | S1                             | S2                       | S3 |
|------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------|----|
| 2.2. | Nama PT                       | Univ. Diponegoro               | Univ. Indonesia          |    |
| 2.3. | Bidang Ilmu                   | Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan | Ilmu Ekonomi Perencanaan |    |
| 2.4. | Tahun Masuk                   | 1985                           | 1996                     |    |
| 2.5. | Tahun Lulus                   | 1991                           | 2001                     |    |
| 2.6. | Judul Skripsi/Tesis/Disertasi |                                |                          |    |
| 2.7. | Nama Pembimbing/Promotor      | Prof. Hartowo                  | Dr. Ari Kuncoro          |    |

### III. Pengalaman Penelitian

| No. | Tahun | Judul Penelitian/ Artikel Ilmiah  | Sumber  |
|-----|-------|---|---|
| 1   | 2011  | Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Pembelian Terhadap Merek ( Studi Kasus Pada Metro Departemen Store Jakarta ) | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 2   | 2012  | Faktor –Faktor Preferensi Konsumen Terhadap Merek Toko Sebagai Prediktor Loyalitas pada Pelanggan                         | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |

|    |      |   |   |
|----|------|---|---|
|    |      | Matahari Departemen Store di Jakarta  |   |
| 3  | 2012 | Unsur Unsur Bauran Pemasaran Sebagai Prediktor Ekuitas Merek Pada Produk Sepatu di Sumarecon Mall Tangerang   | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 4  | 2012 | Kualitas Layanan Yang Dipersepsi , Citra Perusahaan, Kepercayaan, dan Nilai Yang Dipersepsi Untuk Memprediksi Kesetiaan Pengguna Layanan Operator Telepon Seluler | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 5  | 2013 | Pengaruh Promosi Terhadap Persepsi Suatu Negara, Memori Otobiografi, Ikatan Emosional, Dan Niat Berkunjung Pada Pelanggan Tour and Travel Di Tangerang            | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 6  | 2014 | Strategi Usaha Ritel Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Pada Usaha Ritel Di Tangerang  | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 7  | 2015 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Perpustakaan Sebagai Prediktor Terhadap Kepuasan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Di Jakarta | Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah (Untar) |
| 8. | 2017 | Pengujian Pecking Order Theory Melalui Keterkaitan Deficit Financial Terhadap Pertumbuhan Utang pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia                           | DPPM UNTAR                                      |
| 9  | 2017 | Pengaruh Kredibilitas , Informatif dan Empati SMS Advertising terhadap Intensitas Pembelian Konsumen di Jakarta   | DPPM UNTAR                                      |
| 10 | 2018 | Pengaruh penempatan produk Merek Axe  | DPPM UNTAR                                      |
| 11 | 2018 | Penempatan produk dalam Bentuk Web Series di Situs Web Youtube  | DPPM UNTAR                                      |
| 12 | 2019 | Pengaruh dan Hubungan Pemasaran terhadap Rasa Terima Kasih Pelanggan Ritel  | DPPM UNTAR                                      |

#### IV. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam Jurnal dan Prosiding

| No. | Tahun | Judul Artikel Ilmiah | Volume/Nomor | Nama Jurnal |
|-----|-------|----------------------|--------------|-------------|
|-----|-------|----------------------|--------------|-------------|

|   |      |   |                            |  |
|---|------|---|----------------------------|--|
| 1 | 2012 | Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Pembelian Terhadap Merek ( Studi Kausu Pada Metro Departemen Store Di Jakarta )  | Vol 25, No. 1              | Media Ekonomi Dan Manajemen  |
| 2 | 2013 | Unsur Unsur Bauran Pemasaran Sebagai Prediktor Ekuitas Merek Pada Produk Sepatu Di Mall Sumarecon Tangerang   | Vol 28 Nomor .2            | Media Ekonomi Dan Manajemen  |
| 3 | 2015 | Pengaruh Promosi Terhadap Persepsi Suatu Negara, Memori Otobiografi, Ikatan Emosional dan Niat Berkunjung Pada Pelanggan Tour And Travel Di Tangerang             | Vol 30 , No 2              | Media Ekonomi Dan Manajemen  |
| 4 | 2015 | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Perpustakaan Sebagai Prediktor Terhadap Kepuasan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara di Jakarta | Volume XX/02/2015          | Jurnal Ekonomi   |
| 5 | 2017 | Penentu Inensi Pembelian Tiket Pesawat Online   | Vol 1, No.2, Oktober 2017  | Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis   |
| 6 | 2018 | Determinants of Eco Entrepreneurial Intention Among Students : Study In The Entrepreneurial Education Practices   | Vol XXXXXXXXXX, April 2018 | American Scientific Publishers   |
| 7 | 2019 | Feasibility Study of Kendal Industrial Estate as Special Economic Zone  |                            | Proceeding : International Conference on Business, Economics and Governance ( ICBEG) ISBN :978-602-14119-3-3 |
| 8 | 2019 | Transformasi Digital Merek-Merek Indonesia dalam Bentuk Penempatan Produk pada  | Vol 14 No.1 Mei 2019       | DeReMa, Jurnal Manajemen ISSN 1907 -   |

|  |  |                                |  |      |
|--|--|--------------------------------|--|------|
|  |  | Web Series di Situ Web Youtube |  | 0853 |
|--|--|--------------------------------|--|------|

## V. Pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat

| No. | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat  | Sumber                     |
|-----|-------|---|----------------------------|
| 1   | 2009  | Tim pemantau independen UN tingkat SMP (SMP 45)   | Universitas Negeri Jakarta |
| 2   | 2012  | Tim pemantau independen UN tingkat SMK (SMK 45)   | Universitas Negeri Jakarta |
| 3   | 2013  | Tim pemantau independen UN tingkat SMK (SMK 45)   | UNJ                        |
| 4   | 2013  | Survey Papaya California  | LPKM Untar                 |
| 5   | 2013  | Memberikan ceramah Dalam Kegiatan Lomba Ilmu Ekonomi Tingkat SMA/SMK Se Jabodetabek dalam rangka HUT FE UNTAR ke 54 | LPKM Untar                 |
| 6   | 2015  | Pembicara Pada Sistem Pendidikan Tinggi di SMAN 78 Jakarta  | LPKM Untar                 |
| 7   | 2015  | Pemanfaatan media sosial sebagai fasilitator berwirausaha anak asuh Yayasan Anugerah Gemilang                       | LPKM UNTAR                 |
| 8   | 2016  | Penyusunan Perencanaan Usaha Bisnis untuk Anak Asuh Yayasan Anugerah Gemilang                                       | LPKM UNTAR                 |
| 9   | 2017  | Merintis Usaha Kecil melalui Media online dan offline   | DPPM UNTAR                 |
| 10  | 2017  | Pendampingan usaha bisnis kuliner umbi-umbian   | DPPM UNTAR                 |
| 11  | 2018  | Penyusunan Anggaran Komprehensif bagi Start up Bisnis   | DPPM UNTAR                 |
| 12  | 2018  | Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat melalui Bisnis Online   | DPPM UNTAR                 |
| 13  | 2019  | Pendampingan Pembuatan Rencana Bisnis Kedai Kopi  | DPPM UNTAR                 |
| 14  | 2019  | Pembekalan kepada Mitra mengenai Perencanaan dan Pengendalian Keuangan Keluarga                                     | DPPM UNTAR                 |
| 15  | 2019  | Prefensi Rasa Kopi pada Bisnis Rintisan Kedai Kopi  | DPPM UNTAR                 |
| 16  | 2020  | Penyusunan Alat Ukur Service Excellence di Xavier Remiel International Preschool                                    | DPPM UNTAR                 |
| 17  | 2020  | Pelatihan Teknik Penyusunan Evaluasi Pembelajaran bagi Guru Usia Dini   | DPPM UNTAR                 |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, Februari 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop followed by several sharp, intersecting strokes.

(Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

## E. LAMPIRAN BIODATA MAHASISWA

### BIODATA

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Nama                  | Rahelia Margaretha                              |
| NIM                   | 115180273                                       |
| Tempat, Tanggal Lahir | Jakarta, 02 Maret 2000                          |
| Jenis Kelamin         | Perempuan                                       |
| Tinggi Badan          | 162 cm  |
| Alamat                | Jl. Taman Hibrida blok L2 no.6<br>Jakarta Timur |
| E-mail                | raheliamargaretha@gmail.com                     |
| Nomor Telepon         | 0812 8242 3041                                  |



### ACADEMIC BACKGROUND

| Year        | School                               |
|-------------|--------------------------------------|
| 2018 – now  | Tarumanagara University (Management) |
| 2015 – 2018 | SMA Cahaya Sakti                     |
| 2012 – 2015 | SMP Cahaya Sakti                     |
| 2010 - 2012 | SD Strada Bhakti Wiyata I            |
| 2008 - 2010 | SDK BPK Penabur, Bandar Lampung      |
| 2006 - 2008 | SDK 4 BPK Penabur, Jakarta           |

### ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

| Year        | Experience                                   |
|-------------|--|
| 2019        | Anggota Dokumentasi, IMMANTA                 |
| 2019 - 2020 | Anggota Penelitian dan Pengembangan, IMMANTA |
| 2019 - 2020 | Koordinator Sekretari dan Konsumsi, IMMANTA  |

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 19 Februari 2021

Rahelia Margaretha

## CURRICULUM VITAE

### A. Biodata Mahasiswa

|    |                       |                                   |
|----|-----------------------|-----------------------------------|
| 1. | Nama Lengkap          | Gisella Cindy                     |
| 2. | Jenis Kelamin         | Perempuan                         |
| 3. | Program Studi         | Manajemen Bisnis                  |
| 4. | NIM                   | 115180047                         |
| 5. | Tempat, Tanggal Lahir | Jakarta, 25 Juni 2000             |
| 6. | E-mail                | gisella.115180047@stu.untar.ac.id |
| 7. | Nomor Telepon         | 081281026618                      |



### B. Riwayat Pendidikan

|                     | SD             | SMP             | SMA             |
|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Nama Institusi      | SD Candra Jaya | SMP Santa Maria | SMA Tarsisius I |
| Jurusan             |                |                 | IPA             |
| Tahun Masuk - Lulus | 2006 - 2012    | 2012 - 2015     | 2015 - 2018     |

|                     | S1                       | S2 |
|---------------------|--------------------------|----|
| Nama Institusi      | Universitas Tarumanagara |    |
| Jurusan             | Manajemen Bisnis         |    |
| Tahun Masuk - Lulus | 2018 - Sekarang          |    |

### C. Kemampuan yang Dimiliki

| No. | Kemampuan yang Dimiliki |
|-----|-------------------------|
| 1.  | Bahasa Inggris          |

**D. Penghargaan ( 10 tahun terakhir )**

| No. | Jenis Penghargaan | Institusi Pemberi Penghargaan | Tahun |
|-----|-------------------|-------------------------------|-------|
| -   | -                 | -                             | -     |

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan usulan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Jakarta, 19 Februari 2021



Gisella Cindy

115180047

## F. Lampiran 6. Kuesioner

### PERTANYAAN SARINGAN

*Petunjuk Pengisian:*

**Silahkan pilih salah satu dari jawaban yang Anda anggap paling benar.**

1. Apakah anda pernah menggunakan moda transportasi MRT (*Mass Rapid Transit*) selama masa pandemi Covid-19 ini?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  
2. Seberapa sering anda menggunakan moda transportasi MRT selama masa pandemi Covid-19 ?
  - a. < 3 kali
  - b. 3 – 5 kali
  - c. Lebih dari 5 kali
  - Jika jawaban Anda untuk pertanyaan no. 1 tersebut di atas adalah **TIDAK**, maka saya mengucapkan terima kasih atas partisipasinya karena Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ke bagian selanjutnya.
  - Jika jawaban Anda untuk pertanyaan no. 1 adalah **YA**, maka saya mengharapkan Anda untuk melanjutkan ke pertanyaan kuesioner selanjutnya.

### A. DATA DEMOGRAFI :

*Petunjuk Pengisian:*

**Silahkan pilih salah satu dari jawaban yang Anda anggap paling benar.**

1. Gender :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
  
2. Usia :
  - a. 17- 24 tahun
  - b. 25 – 39 tahun
  - c. 40 – 55 tahun

d. > 55 tahun

3. Pendidikan Terakhir :

- a. SMA/ sederajat
- b. Diploma
- c. Sarjana (S1)
- d. S2 atau S3
- e. Lainnya, sebutkan .....

4. Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Guru/Dosen
- c. Profesional (Dokter, Pengacara, Notaris, dll)
- d. Karyawan Swasta
- e. Wiraswasta
- f. Ibu Rumah Tangga
- g. Lainnya, sebutkan .....

5. Pendapatan per bulan:

- a. Dibawah Rp. 3.000.000,-
- b. Rp. 3.000.000,- sampai dengan Rp. 6.000.000,-
- c. Rp. 6.000.001,- sampai dengan Rp. 10.000.000,-
- d. Diatas Rp. 10.000.000,-

## **B. PERTANYAAN INTI**

*Petunjuk pengisian:*

Silahkan pilih pada salah satu angka yang mewakili pendapat Anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini, dimana masing-masing angka memiliki makna sebagai berikut:

- |   |      |                       |
|---|------|-----------------------|
| 1 | = TS | = Sangat Tidak Setuju |
| 2 | = TS | = Tidak Setuju        |
| 3 | = N  | = Netral              |
| 4 | = S  | = Setuju              |
| 5 | = SS | = Sangat Setuju       |

| No.                            | Pernyataan  | STS | TS | N | S | SS |
|--------------------------------|---|-----|----|---|---|----|
| <b>Kenyamanan Perjalanan</b>   |   |     |    |   |   |    |
| 1.                             | Waktu kedatangan MRT tepat waktu  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 2.                             | Ruang tunggu MRT nyaman   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 3.                             | Tempat duduk di dalam MRT nyaman  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 4.                             | Ttersediaan pegangan tangan di dalam MRT                                    | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 5.                             | Gerbang tiket otomatis ( <i>Ticket Auto Gate</i> ) berfungsi dengan baik.   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 6.                             | Saya merasa aman untuk masuk ke MRT dari ruang tunggu kedatangan.           | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 7.                             | Saya merasa mudah untuk masuk ke MRT dari ruang tunggu kedatangan.          | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 8.                             | Lama perjalanan MRT sesuai yang dijanjikan.                                 | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| <b>Informasi dan Pelayanan</b> |   |     |    |   |   |    |
| 9.                             | Informasi tarif MRT jelas.  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 10.                            | Informasi Peta dan rute perjalanan MRT jelas.                               | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 11.                            | Mudah untuk membeli tiket MRT   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 12.                            | Selalu tersedia petugas di stasiun MRT yang siap membantu.                  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 13.                            | Selalu tersedia petugas di dalam MRT yang siap membantu.                    | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| <b>Kebersihan dan Keamanan</b> |   |     |    |   |   |    |
| 14.                            | Tempat tunggu MRT bersih  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 15.                            | Interior dalam MRT bersih   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 16.                            | Kondisi dalam MRT bersih  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 17.                            | Perjalanan dengan MRT aman dari kriminalitas.                               | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 18.                            | Saya bisa menjaga jarak dengan penumpang lain selama perjalanan dengan MRT. | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |

| No.                         | Pernyataan   | STS | TS | N | S | SS |
|-----------------------------|--|-----|----|---|---|----|
| 19.                         | Penumpang tetap menjaga jarak pada saat keluar masuk MRT.                        | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 20.                         | Penumpang MRT bermasker.   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| <b>Kepuasan Keseluruhan</b> |  |     |    |   |   |    |
| 21.                         | Saya senang dengan keputusan saya menggunakan MRT.                               | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 22.                         | Saya percaya saya melakukan hal yang tepat ketika memilih untuk menggunakan MRT. | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 23.                         | Saya merasa puas karena sudah menggunakan MRT.                                   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 24.                         | Layanan MRT melebihi harapan saya.   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 25.                         | Saya menikmati waktu selama perjalanan dengan MRT                                | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |

*“Terima kasih atas kesediaan anda mengisi kuesioner ini”*