

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga Agustus 2021. Berdasarkan data dari website resmi PT. KAI, pada awal tahun 2021 sudah mulai terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *KRL Commuter Line*, oleh karena itu waktu tersebut efektif untuk melakukan penelitian. Sehingga dapat memudahkan peneliti dalam menemukan responden untuk melakukan penelitian. Penelitian ini dikhususkan pada pelanggan yang berdomisili di Jabodetabek karena berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti, pelanggan *KRL Commuter Line* berasal dari Jabodetabek. Penelitian dilaksanakan secara online yang disusun dengan menggunakan *Google Form* karena adanya pandemi *Covid-19* sehingga menjadi lebih efektif dan efisien.

3.2 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif. Menurut Bahri & Zamzam (2014, p. 7) metode kuantitatif merupakan pengujian teori yang dilakukan dengan pengukuran model penelitian yang menggunakan prosedur statistika. Peneliti menggunakan metode survei dengan pendekatan kausal. Survei merupakan cara

cara pengumpulan data responden dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Bahri & Zamzam (2014, p. 7) juga menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif memerlukan data kuantitatif yang diperoleh dari hasil survei lapangan seperti kuesioner. Alasan peneliti menggunakan metode ini ialah karena proses pengumpulan data yang sangat terstruktur sehingga dapat membantu dalam proses pengolahan data.

Menurut Sugiyono (2015, p. 59) penelitian kuantitatif lebih bersifat kausal yaitu hubungan sebab akibat, sehingga untuk melihat hubungan antar variabel terhadap objek yang diteliti pada penelitiannya terdapat variabel dependen dan variabel independen. Kemudian dijelaskan kembali oleh Hermawan (2005, p. 84) bahwa jika peneliti ingin menjelaskan penyebab satu atau beberapa masalah, maka dapat menggunakan penelitian kausal (*Causal Study*). Oleh karena itu, berdasarkan pendapat yang telah disebutkan diatas, peneliti menggunakan pendekatan ini agar dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan *KRL Commuter Line*.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Hermawan (2005, p. 143) populasi merupakan sekelompok orang, peristiwa, ataupun benda yang dapat menjadi pusat perhatian untuk diteliti. Menurut Sugiyono (2015, p. 117) populasi tidak hanya jumlah objek ataupun subjek yang dipelajari, tetapi berkaitan dengan

keseluruhan karakteristik dari objek ataupun subjek tersebut. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan *KRL Commuter Line*.

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari populasi. Peneliti dapat menarik sampel jika populasi pada penelitian sangat luas dan tidak dapat berkonsentrasi pada seluruh populasi sehingga dengan asumsi penarikan sampel, maka penelitian umumnya akan lebih cepat dan lebih tepat (Hermawan, 2005, p. 146). Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua populasi yang akan dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2015, p. 122). Teknik yang dipilih oleh peneliti yaitu *purposive sampling*, dimana teknik tersebut menentukan sampel dengan memberikan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih *purposive sampling* dengan menentukan beberapa pertimbangan sebelumnya, sehingga data yang dihasilkan dapat mewakili populasi. Adapun pertimbangan peneliti dalam memilih sampel yaitu berdomisili di wilayah Jabodetabek dan pernah menggunakan jasa *KRL Commuter Line* minimal 3 (tiga) kali.

Bahri & Zamzam (2014, p. 23) menjelaskan bahwa riset yang menggunakan skala likert, sudah memenuhi persyaratan asumsi SEM dengan menggunakan teknik estimasi *Maximum Likelihood (ML)*.

Ferdinan (2006) dalam Bahri & Zamzam (2014, p. 23) memberikan rekomendasi ukuran sampel yang telah ditetapkan sesuai dengan teknik estimasi sebagai berikut:

1. Antara 100-200 : *Maximum Likelihood* (ML)
2. Antara 200-500 : ML atau *Generalized Least Square* (GLS)
3. Antara 500-2500 : *Unweighted Least Square* (ULS)
4. Diatas 2500 : *Asymptotically Distribution Free* (ADF)

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan teknik estimasi *Maximum Likelihood* (ML) yaitu antara seratus (100) sampai dengan dua ratus (200) responden. Selain itu, merujuk pada penelitian relevan yang menggunakan sampel 100-565. Dengan demikian, jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti sejumlah 200 (dua ratus) responden untuk pengambilan data yang akan diukur menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2), kepercayaan (Y), dan loyalitas pelanggan (Z). Berikut merupakan instrument penelitian yang akan digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut:

1. Definisi Operasional Variabel

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah seluruh bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan yang sesuai dengan asumsi pelanggan. Dalam mengukur variabel kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan indikator menurut (Dharma, 2017):

1. Kebersihan ruangan pelayanan
2. Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan
3. Ketanggapan petugas pelayanan dalam menangani keluhan
4. Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan
5. Kepedulian petugas untuk selalu bersikap simpati yang diwujudkan dalam tutur kata.

b. Citra Perusahaan (X_2)

Citra perusahaan merupakan pandangan seseorang tentang suatu asosiasi atau organisasi berdasarkan informasi yang mereka miliki tentang organisasi tersebut. Untuk mengukur variabel citra perusahaan, penelitian ini menggunakan indikator menurut (Adria & Ernungtyas, 2020; Mardo, 2016):

1. Institusi dikenal oleh pelanggan sebagai lembaga yang ditunjuk oleh pemerintah untuk mengimplementasikan sistem NSW.
2. Institusi memiliki reputasi yang baik dalam melakukan implementasi sistem NSW.

3. Pelanggan tertarik menggunakan sistem NSW.
4. Institusi selalu berhasil dalam imlementasi system NSW.
5. Perasaan positif Saya terhadap biro perjalanan ini adalah alasan utama mengapa Saya terus membeli layanan perjalanan dari Traveloka

c. Kepercayaan (Y)

Kepercayaan merupakan informasi dan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Untuk mengukur variabel kepercayaan, penelitian ini menggunakan indikator menurut (Dharma, 2017; Yousafzai et al., 2003):

1. Kejujuran
2. Kepedulian
3. Kredibilitas
4. Kemampuan (*ability*)

d. Loyalitas Pelanggan (Z)

Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan pelanggan terhadap suatu perusahaan yang dicerminkan dengan melakukan pembelian berulang. Untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan, penelitian ini menggunakan indikator menurut Li et al., (2018):

1. Willing to recommend that others use PT
2. Even if other travel modes exist, PT is still myfirst choice

3. I am going to keep using PT to travel
4. Prefer to take PT over other transportation modes

2. Instrumen Penelitian

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber
Kualitas Pelayanan (X₁)	1. Kebersihan ruangan pelayanan	1. Menurut saya, <i>KRL Commuter Line</i> selalu terjaga kebersihannya	(Dharma, 2017)
	2. Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan	2. Menurut saya, petugas <i>KRL Commuter Line</i> mampu memberikan pelayanan yang baik	
	3. Ketanggapan petugas pelayanan dalam menangani keluhan	3. Menurut saya, petugas <i>KRL Commuter Line</i> tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	
	4. Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan	4. Menurut saya, petugas <i>KRL Commuter Line</i> ramah dalam memberikan pelayanan	
	5. Kepedulian petugas untuk selalu bersikap simpati yang diwujudkan dalam tutur kata	5. Menurut saya, petugas <i>KRL Commuter Line</i> peduli terhadap kebutuhan pelanggan	
Citra Perusahaan (X₂)	1. Institusi dikenal oleh pelanggan	1. Menurut saya, <i>KRL Commuter Line</i> mudah untuk dikenali	(Adria & Ernungtyas, 2020; Mardo, 2016)
	2. Institusi memiliki reputasi yang baik	2. Menurut saya, <i>KRL Commuter Line</i> memiliki reputasi yang baik	
	3. Ketertarikan pelanggan	3. Saya tertarik untuk menggunakan <i>KRL Commuter Line</i>	
	4. Institusi selalu berhasil dalam	4. Menurut saya, <i>KRL Commuter Line</i> berhasil dalam memberikan pelayanan yang	

	implementasi system NSW	sesuai dengan kebutuhan pelanggan	
	5. Perasaan positif Saya terhadap biro perjalanan ini adalah alasan utama mengapa Saya terus membeli layanan perjalanan dari Traveloka	5. Menurut saya, kesan positif terhadap <i>KRL Commuter Line</i> adalah alasan utama saya menggunakan <i>KRL Commuter Line</i>	
Kepercayaan (Y)	1. Kejujuran	1. Saya merasa <i>KRL Commuter Line</i> memiliki kejujuran dalam memberikan informasi	(Dharma, 2017; Yousafzai et al., 2003)
	2. Kepedulian	2. Saya merasa petugas <i>KRL Commuter Line</i> memiliki kepedulian terhadap pelanggan	
	3. Kredibilitas	3. Saya merasa <i>KRL Commuter Line</i> memiliki kredibilitas yang tinggi	
	4. Kemampuan (ability)	4. Saya merasa, <i>KRL Commuter Line</i> selalu memprioritaskan keamanan dan kenyamanan pelanggan	
Loyalitas Pelanggan (Z)	1. I am going to keep using PT to travel	1. Saya akan menggunakan jasa <i>KRL Commuter Line</i> untuk berpergian	(Li et al., 2018)
	2. Even if other travel modes exist, PT is still my first choice	2. <i>KRL Commuter Line</i> tetap menjadi pilihan utama saya	
	3. Prefer to take PT over other transportation modes	3. Saya lebih suka menggunakan <i>KRL Commuter Line</i> daripada moda transportasi lain	
	4. Willing to recommend that others use PT	4. Saya akan merekomendasikan transportasi <i>KRL Commuter Line</i> kepada orang lain	

Sumber: Data diolah oleh peneliti

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015, p. 133) penggunaan skala pengukuran berfungsi sebagai acuan dalam menentukan interval yang terdapat pada alat ukur sehingga akan menghasilkan data kuantitatif pada saat alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran. Salah satu jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Penggunaan skala likert dalam penelitian bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang, atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Agung, 2012, p. 45). Pada skala likert, variabel akan diuraikan menjadi indikator variabel yang berupa pernyataan (Sugiyono, 2015, p. 134). Alternatif jawaban pada skala likert dapat berjumlah genap atau ganjil. Namun pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert ganjil dengan jumlah pilihan jawaban yaitu lima.

Tabel 3. 2 Skala Likert Ganjil

Kriteria Jawaban	Item positif
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2015)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses menghimpun suatu keterangan, peristiwa, dan karakteristik sebagian atau seluruh bagian dari populasi yang dapat mendukung penelitian yang akan dilakukan (Agung, 2012, p. 61).

Menurut Hermawan (2005, p. 173) survei merupakan teknik penelitian dengan mengumpulkan banyak informasi, dan dapat dikumpulkan melalui dua macam informasi, yakni wawancara dan kuesioner. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode survei dengan menggunakan kuesioner. Sugiyono (2015, p. 199) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan cara yang digunakan dalam mengumpulkan data responden dengan cara mendistribusikan daftar pernyataan atau pertanyaan. Kuesioner akan dibuat melalui link *google form*, kemudian akan didistribusikan kepada masyarakat Jabodetabek yang telah memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan melalui pesan elektronik ataupun sosial media lainnya.

Menurut Agung (2012, p. 63) pengumpulan data menggunakan kuesioner merupakan keputusan yang tepat, dengan asumsi responden tersebar di wilayah yang luas dan jumlahnya sangat banyak. Ini menyiratkan bahwa survei dapat menjangkau sampel yang tak terhitung jumlahnya sehingga penelitian yang dilakukan akan lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, pernyataan di atas dapat meyakinkan analisis dalam memutuskan survei sebagai prosedur pengumpulan data dalam tinjauan ini.

3.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis data yang diolah menggunakan prosedur statistik agar mampu menginterpretasikan data dari hasil

jawaban responden. Sugiyono (2015, p. 207) memaparkan bahwa statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam menganalisis data dengan memberikan deskripsi atau gambaran data yang telah terkumpul. Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan dengan menunjukkan gambaran berupa tabel atau grafik dengan menggunakan presentase dalam penyajian data.

2. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015, p. 263) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang didapatkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Setelah dilakukan analisis deskriptif, penelitian ini juga menggunakan uji validitas. Tujuannya dilakukannya uji validitas yaitu untuk mengukur seberapa valid instrumen yang digunakan dalam penelitian sebelum didistribusikan kepada responden. Hal ini dilakukan agar dapat mengurangi resiko kegagalan pada saat uji hipotesis.

Untuk melihat hubungan pada validitas maka perlu menggunakan analisis faktor. Pada penelitian ini analisis faktor yang digunakan adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Namun, pada penelitian ini, untuk uji Validitas hanya menggunakan EFA (*Exploratory Factor Analysis*) yang dihitung menggunakan aplikasi SPSS. EFA berhasil apabila indikator

variabel berada dalam satu komponen dengan nilai *factor loading* yang sesuai jumlah sampel (Jr et al., 2014). Berikut ini merupakan tabel acuan untuk mengidentifikasi *factor loading* sesuai dengan jumlah sampel.

Tabel 3. 3 Nilai Factor Loading Significant EFA berdasarkan Jumlah Sampel

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: (Jr et al., 2014)

3. Uji Reliabilitas

Dalam bukunya, Bahri & Zamzam (2014, p. 58) menjelaskan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah alat penduga yang digunakan dalam tinjauan tersebut tepat, stabil dan dapat diprediksi dalam menaksir objek sejenis. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa tanggapan tidak terlalu beragam antar kerangka waktu sehingga pengaturan yang dinormalisasi dapat diandalkan. Skala pengukuran pada penelitian ini yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha*. Uji Reliabilitas diterima jika koefisien reliabilitas instrumen $>0,7$ (Bahri & Zamzam, 2014).

4. Uji Hipotesis

Untuk mengolah dan menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* IBM SPSS AMOS. Menurut Bahri & Zamzam (2014, p. 11) *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu teknik analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menguji hubungan variabel yang kompleks, umumnya dalam bentuk model sebab akibat. *Goodness-of-Fit* adalah petunjuk perbandingan antara model dengan variabel, terdapat tiga alat untuk mengukur *Goodness-of-Fit*, diantaranya yaitu *Absolute fit indices*, *Incremental fit indices*, dan *Parsimonious fit indices* (Bahri & Zamzam, 2014, p. 37).

1) *Absolute fit indices*

Absolute fit indices adalah ukuran kesesuaian model structural dan model pengukuran yang secara menyeluruh atas matriks korelasi dan matriks kovarians. Pengujian ini akan membandingkan matriks kovarians sampel dengan estimasi, maka dapat dikatakan bahwa alat uji ini merupakan dasar dari alat uji yang lain (Santoso, 2015).

a. *Chi-Square* (CMIN)

Chi-Square merupakan alat untuk mengukur *overall fit*. Pada penelitian ini, peneliti harus memperoleh nilai *Chi-Square* yang rendah yang dapat menghasilkan nilai *significance level* $\geq 0,05$ atau

($p \geq 0,05$) yang berarti hipotesis nol diterima. Nilai *Chi-Square* sangat sensitif terhadap jumlah sampel, nilai *Chi-Square* akan menurun jika jumlah sampel terlalu kecil (<100) sehingga ada kecenderungan untuk menerima hipotesis nol dan nilai *Chi Squares* akan terus naik jika sampel terlalu besar (>200) sehingga ada kecenderungan untuk menolak hipotesis nol (Haryono & Wardoyo, 2012). Dengan demikian, sampel dengan jumlah 100-200 akan sesuai jika menggunakan *Chi-Square*.

b. CMIN/DF

Statistik ini adalah parameter yang digunakan dalam perhitungan fit model. Nilai CMIN/DF yang diharapkan yaitu sebesar < 2.00 agar model yang digunakan dapat diterima.

c. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*)

Indeks ini merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM. Nilai RMSEA yang diharapkan yaitu sebesar $RMSEA \leq 0,08$ artinya, RMSEA dikatakan *good fit* bila memiliki nilai yang lebih kecil dari 0.08 (Haryono & Wardoyo, 2012).

2) *Incremental fit indices*

Menurut Haryono (2016) *Incremental fit indices* adalah pengukuran keselarasan dengan membandingkan model yang diusulkan dengan

model dasar. *Incremental fit indices* yang paling banyak digunakan yaitu sebagai berikut:

a. TLI (*Tucker-Lewis Index*)

Model dapat diterima apabila nilai TLI > 0.90 , jika nilai mendekati maka menunjukkan *good fit*.

b. CFI (*Comparative Fit Index*)

Indeks ini merupakan parameter yang berguna dalam menentukan seberapa diterima sebuah model. Menurut Santoso (2015, p. 115) ukuran indeks CFI berkisar antara 0 sampai 1,0 dengan nilai TLI > 0.90 menunjukkan *good fit*.

3) *Parsimonious fit indices*

Parsimonious fit indices digunakan untuk menyesuaikan pengukuran fit, sehingga dapat dibandingkan antar model penelitian. Tabel berikut ini merupakan *cut off value* dari ukuran *Goodness of fit*.

Tabel 3. 4 *Parsimonious fit indices*

<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>	<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$

Sumber: (Sanusi, 2011)

5. Pilot Study

Pilot study atau Uji instrumen merupakan melakukan analisis data dengan jumlah responden yang lebih besar. Pada penelitian ini, *Pilot study* dilakukan kepada 30 Responden, kemudian akan dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa valid dan reliabel butir-butir instrument tersebut. Sehingga jika ada butir-butir instrumen yang tidak valid atau tidak reliabel, maka dapat dikeluarkan dari instrument dan tidak digunakan kembali dalam penelitian yang menggunakan data sampel penelitian sesungguhnya (Haryono, 2016). Instrumen yang valid sebagai alat ukur maka akan mengumpulkan data yang valid (Bahri & Zamzam, 2014).

Berikut merupakan hasil dari *Pilot study* atau Uji coba instrumen pada 30 responden:

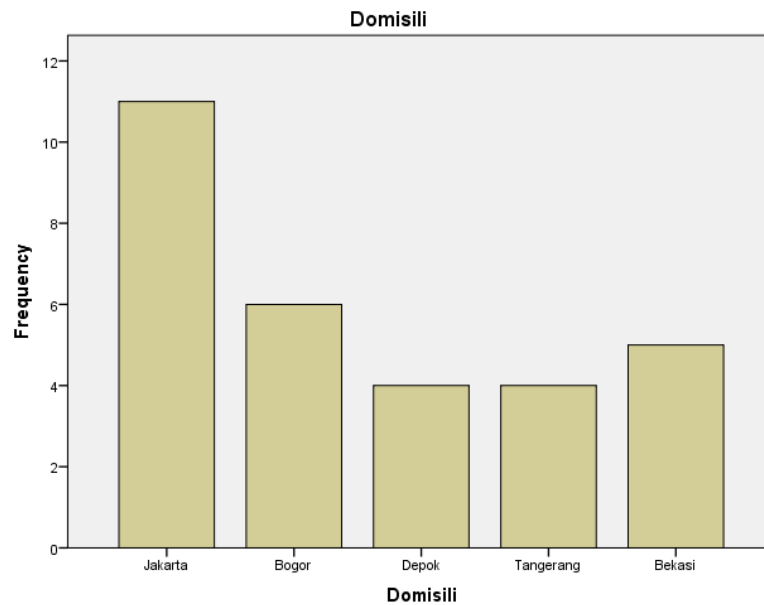
a. Deskripsi Data

1. Domisili Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 5 Domisili Responden

No.	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Jakarta	11	36.7 %
2	Bogor	6	20 %
3	Depok	4	13.3 %
4	Tangerang	4	13.3 %
5	Bekasi	5	16.7 %
	Total	30	100 %

Sumber: Data diolah oleh peneliti



Gambar 3. 1 Grafik Domisili Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

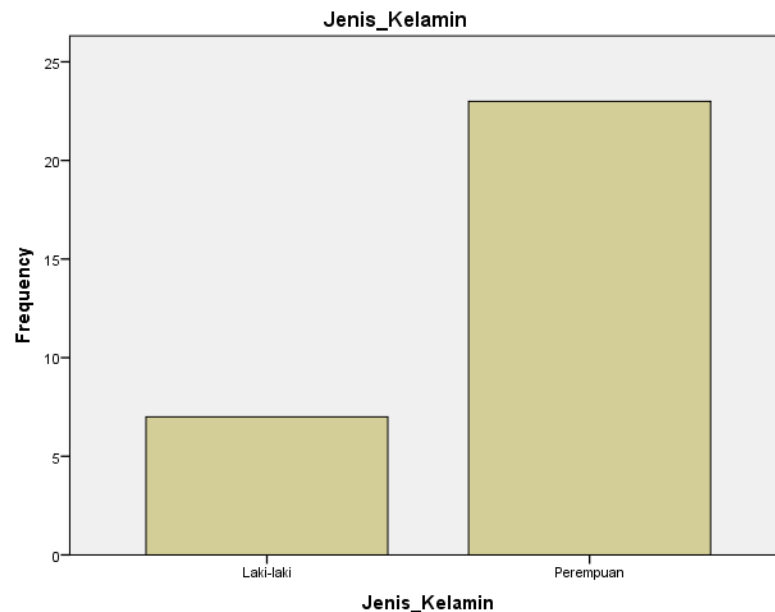
Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan 30 orang responden untuk diuji coba diantaranya 11 responden (36,7%) berdomisili di Jakarta, 6 responden (20%) berdomisili di Bogor, 4 responden (13,3%) berdomisili di Depok, 4 responden (13,3%) berdomisili di Tangerang, 5 responden (16,7%) Berdomisili di Bekasi.

2. Jenis Kelamin Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 6 Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	7	23.3 %
2	Perempuan	23	76.7 %
	Total	30	100 %

Sumber: data diolah oleh peneliti



Gambar 3. 2 Grafik Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

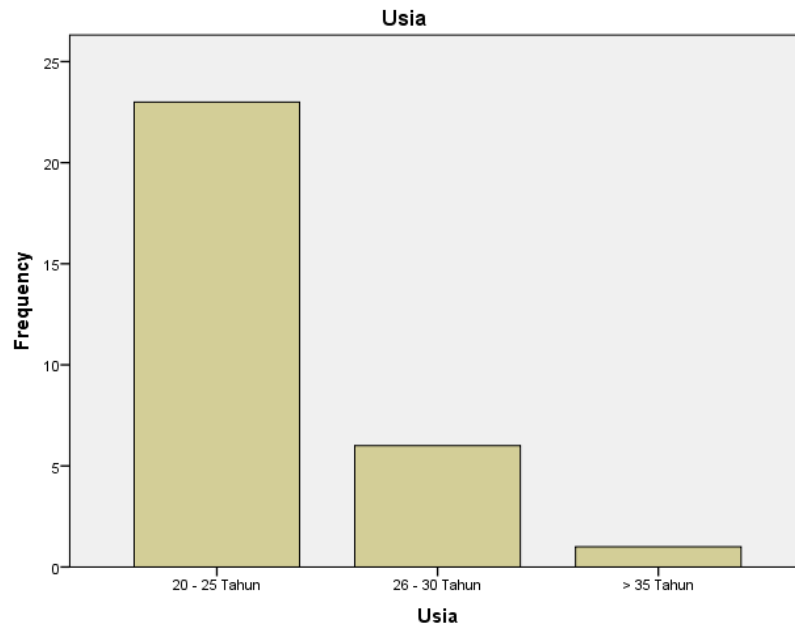
Berdasarkan jenis kelamin responden, menunjukkan 7 responden (23,3%) adalah laki-laki dan 23 responden (76,7%) adalah perempuan.

3. Usia Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 7 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20 - 25 Tahun	23	76.7%
2	26 - 30 Tahun	6	20%
3	> 35 Tahun	1	3.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti



Gambar 3. 3 Grafik Usia Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

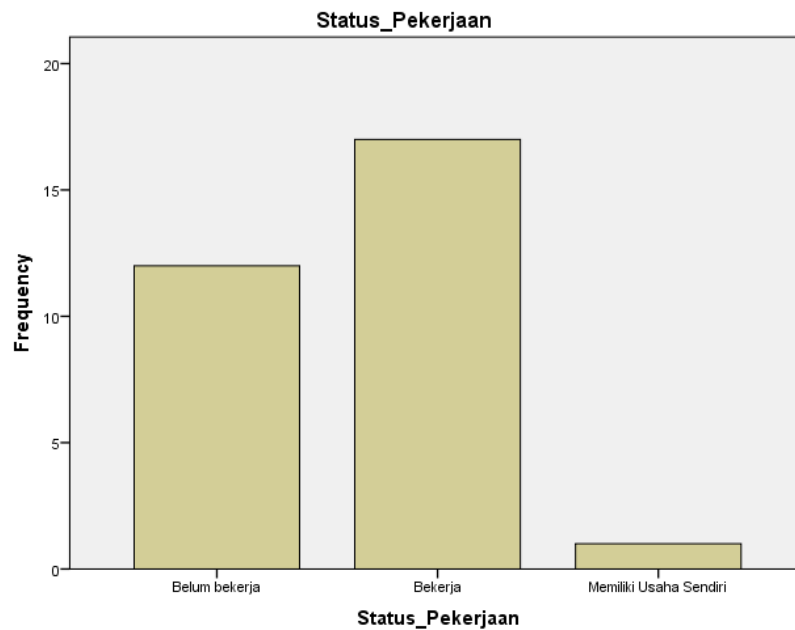
Berdasarkan usia responden, menunjukkan 23 responden (76,7%) berusia 20-25 tahun, 6 responden (20%) berusia 26-30 tahun, dan 1 responden (3,3%) berusia > 35 tahun.

4. Status Pekerjaan Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 8 Status Pekerjaan Responden

No	Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Belum bekerja	12	40%
2	Bekerja	17	56.7%
3	Memiliki Usaha Sendiri	1	3.3%
	Total	30	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti



Gambar 3. 4 Grafik Status Pekerjaan Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

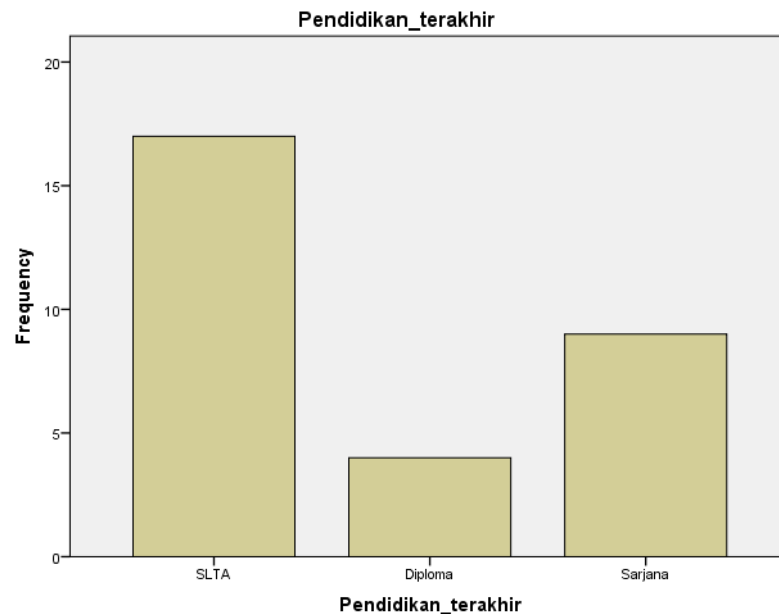
Berdasarkan status pekerjaan responden, menunjukkan 12 responden (40%) belum bekerja, 17 responden (56,7%) sudah bekerja, dan 1 responden (3,3%) memiliki usaha sendiri.

5. Pendidikan Terakhir Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 9 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
1	SLTA	17	56.7%
2	Diploma	4	13.3%
3	Sarjana	9	30%
	Total	30	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti



Gambar 3. 5 Grafik Status Pekerjaan Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

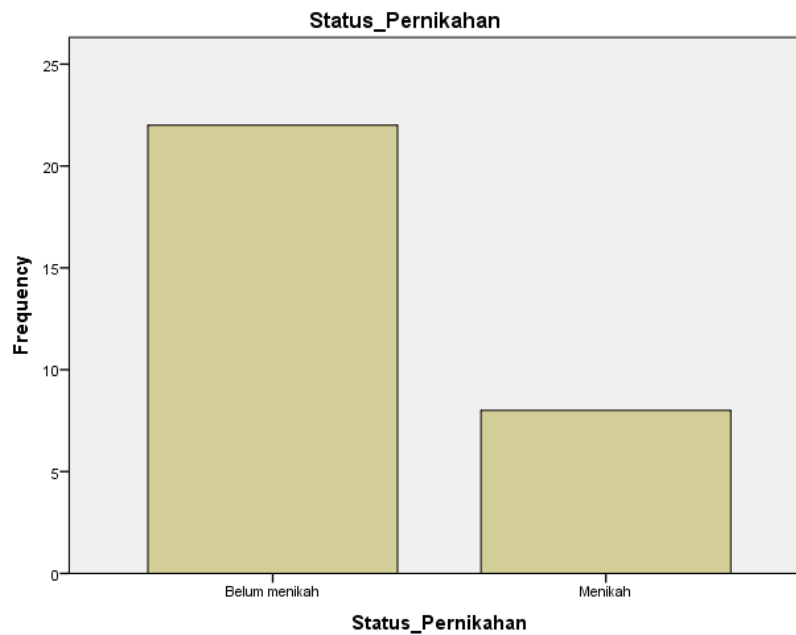
Berdasarkan status pekerjaan responden, menunjukkan 17 responden (56,7%) memiliki latar belakang pendidikan SLTA, 4 responden (13,3%) berlatarbelakang pendidikan Diploma, dan 9 responden (30%) berlatarbelakang pendidikan sarjana.

6. Status Pernikahan Pelanggan KRL Commuter Line

Tabel 3. 10 Status Pernikahan Responden

No.	Status Pernikahan	Jumlah	Persentase
1	Belum menikah	22	73.3%
2	Menikah	8	26.7%
	Total	30	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti



Gambar 3. 6 Grafik Status Pernikahan Responden

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan status pernikahan responden menunjukkan 22 responden (73,3%) belum menikah dan 8 responden (26,7%) sudah menikah.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 3. 11 Hasil MSA dan Bartlett's Test Variabel Kualitas Pelayanan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.666
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	58.366
	df	10
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Jr et al., (2014) menyebutkan bahwa analisis faktor sudah cukup jika nilai $KMO > 0.5$ dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity* < 0.5 . Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0.666 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000, hal ini menunjukkan bahwa analisis faktor telah cukup.

Tabel 3. 12 Hasil Eigenvalues Variabel Kualitas Pelayanan

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.920	58.397	58.397	2.920	58.397	58.397
2	.797	15.936	74.333			
3	.664	13.289	87.622			
4	.465	9.305	96.926			
5	.154	3.074	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Jr et al., (2014) menyebutkan bahwa faktor akan terbentuk apabila nilai *eigenvalues* > 1 . Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya terdapat satu component dan memperlihatkan nilai *eigenvalues* sebesar 2.920. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa variabel tidak terdapat dimensi dan hanya ada satu faktor.

Tabel 3. 13 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Factor Loading
		1
KP4	Menurut saya, petugas KRL Commuter Line ramah dalam memberikan pelayanan	0.888
KP3	Menurut saya, petugas KRL Commuter Line tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	0.779
KP5	Menurut saya, petugas KRL Commuter Line peduli terhadap kebutuhan pelanggan	0.750
KP2	Menurut saya, petugas KRL Commuter Line mampu memberikan pelayanan yang baik	0.728
KP1	Menurut saya, KRL Commuter Line selalu terjaga kebersihannya	0.657
Cronbach's Alpha		0.818

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel diatas memperlihatkan bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *factor loading* > 0.40 dan dikatakan reliabel sebab mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 yaitu sebesar 0.818.

2. Citra Perusahaan

Tabel 3. 14 Hasil MSA dan Bartlett's Test Variabel Citra Perusahaan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.726
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	48.768
	df	10
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) analisis faktor telah cukup apabila nilai KMO > 0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* < 0.5. Berdasarkan tabel diatas, hasil KMO sebesar 0.726 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000, hal ini berarti analisis faktor telah cukup.

Tabel 3. 15 Hasil Eigenvalues Variabel Citra Perusahaan

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.853	57.063	57.063	2.853	57.063	57.063
2	.866	17.315	74.379			
3	.645	12.908	87.287			
4	.356	7.112	94.399			
5	.280	5.601	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) suatu faktor akan terbentuk jika nilai *eigenvalues* > 1. Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya terdapat satu component yang memiliki nilai *eigenvalues* > 1 yaitu sebesar 2.853. Hal ini dapat dinyatakan bahwa hanya ada satu faktor, yang artinya tidak memiliki dimensi.

Tabel 3. 16 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Variabel Citra Perusahaan

Variabel	Indikator	Factor Loading
		1
CP5	Menurut saya, kesan positif terhadap KRL Commuter Line adalah alasan utama saya menggunakan KRL Commuter Line	0.854
CP2	Menurut saya, KRL Commuter Line memiliki reputasi yang baik	0.797
CP1	Menurut saya, KRL Commuter Line mudah untuk dikenali	0.753
CP4	Menurut saya, KRL Commuter Line berhasil dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.752
CP3	Saya tertarik untuk menggunakan KRL Commuter Line	0.597
Cronbach's Alpha		0.805

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid karena nilai *factor loading* > 0.40 dan dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 yaitu sebesar 0.805.

3. Kepercayaan

Tabel 3. 17 Hasil MSA dan Bartlett's Test Variabel Kepercayaan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.714
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	30.039
	df	6
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) analisis faktor telah cukup apabila nilai KMO > 0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* < 0.5 . Berdasarkan tabel diatas, hasil KMO sebesar 0.714 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000, hal ini berarti analisis faktor telah cukup.

Tabel 3. 18 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.331	58.269	58.269	2.331	58.269	58.269
2	.821	20.515	78.784			
3	.521	13.026	91.811			
4	.328	8.189	100.000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) suatu faktor akan terbentuk jika nilai *eigenvalues* > 1 . Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya terdapat satu component yang memiliki nilai *eigenvalues* > 1 yaitu sebesar 2.331. Hal ini dapat dinyatakan bahwa hanya ada satu faktor, yang artinya tidak memiliki dimensi.

Tabel 3. 19 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Variabel Kepercayaan

Variabel	Indikator	Factor Loading
		1
K4	Saya merasa, KRL Commuter Line selalu memprioritaskan keamanan dan kenyamanan pelanggan	0.859
K1	Saya merasa KRL Commuter Line memiliki kejujuran dalam memberikan informasi	0.804
K3	Saya merasa KRL Commuter Line memiliki kredibilitas yang tinggi	0.785
K2	Saya merasa petugas KRL Commuter Line memiliki kepedulian terhadap pelanggan	0.575
Cronbach's Alpha		0.753

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid karena nilai *factor loading* > 0.40 dan dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 yaitu sebesar 0.753.

4. Loyalitas

Tabel 3. 20 Hasil MSA dan Bartlett's Test Variabel Loyalitas

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.668
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	44.143
	df	6
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) analisis faktor telah cukup apabila nilai KMO > 0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* < 0.5. Berdasarkan tabel diatas, hasil KMO sebesar 0.668 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000, hal ini berarti analisis faktor telah cukup.

Tabel 3. 21 Hasil Eigenvalues Variabel Loyalitas

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.516	62.897	62.897	2.516	62.897	62.897
2	.812	20.308	83.205			
3	.472	11.788	94.993			
4	.200	5.007	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut Jr et al., (2014) suatu faktor akan terbentuk jika nilai *eigenvalues* > 1. Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya terdapat satu component yang memiliki nilai *eigenvalues* > 1 yaitu sebesar 2.516. Hal ini dapat dinyatakan bahwa hanya ada satu faktor, yang artinya tidak memiliki dimensi.

Tabel 3. 22 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Variabel Loyalitas

Variabel	Indikator	Factor Loading
		1
L1	Saya akan menggunakan jasa KRL Commuter Line untuk berpergian	0.908
L3	Saya lebih suka menggunakan KRL Commuter Line daripada moda transportasi lain	0.814
L2	KRL Commuter Line tetap menjadi pilihan utama saya	0.805
L4	Saya akan merekomendasikan transportasi KRL Commuter Line kepada orang lain	0.617
Cronbach's Alpha		0.795

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid karena nilai *factor loading* > 0.40 dan dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 yaitu sebesar 0.795.