

## Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pengguna KRL (Kereta Rel Listrik)

Wahid Husein Almunawwar  
Universitas Singaperbangsa Karawang  
wahidhuseinal@gmail.com

---

### Info Artikel

Masuk:  
Revisi:  
Diterima:  
Terbit:

### Keywords:

Public transportation,  
Jabodetabek KRL,  
Service Quality, User  
Satisfaction

### Kata kunci:

Transportasi umum,  
KRL Jabodetabek,  
Kualitas Pelayanan,  
Kepuasan Pengguna

P-ISSN: 2550-0171

E-ISSN: 2580-5019

DOI : 10.33061

---

### Abstract

*Jabodetabek Commuter Line KRL is a public transportation that is now widely used by the general public. The purpose of this study was to analyze the service quality and customer satisfaction of Jabodetabek KRL in the eyes of its users. This study uses the literacy study method in which research uses journals available in electronic media. The results of this study show that the service quality of the Jabodetabek KRL has been satisfactory for its users. However, there are still some aspects that need to be improved. Overall, the users are satisfied and the Jabodetabek KRL has a good reputation or image in the eyes of its users.*

*Keywords: Public transportation, Jabodetabek KRL, Service Quality, User Satisfaction*

---

### Abstrak

KRL Commuter Line Jabodetabek merupakan transportasi umum yang kini banyak digunakan masyarakat umum. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan KRL Jabodetabek dimata penggunanya. Penelitian ini menggunakan metode studi literasi yang mana penelitian menggunakan jurnal-jurnal yang tersedia di media elektronik. Hasil dari penelitian ini kualitas pelayanan KRL Jabodetabek sudah memuaskan bagi para penggunanya. Akan tetapi masih terdapat beberapa aspek yang harus ditingkatkan kembali. Secara keseluruhan para pengguna sudah merasa puas dan KRL Jabodetabek memiliki reputasi atau citra yang baik dimata penggunanya

**Kata Kunci:** Transportasi umum, KRLJabodetabek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Transportasi publik memainkan peran penting dalam kehidupan perkotaan modern. Salah satu moda transportasi publik yang populer adalah Kereta Rel Listrik (KRL). KRL digunakan oleh ribuan orang setiap hari untuk bepergian ke tempat kerja, sekolah, dan tujuan lainnya. PT Kereta Api Indonesia (KAI) adalah Badan Usaha Milik Negara yang mengoperasikan layanan kereta api di seluruh Indonesia. Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas penyediaan layanan kereta api, KAI memiliki kepentingan yang besar untuk memastikan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan mereka.

Untuk memastikan efisiensi dan kepuasan pengguna, penting bagi penyedia layanan transportasi publik, seperti operator KRL, untuk terus meningkatkan kualitas dan kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pelayanan pengguna KRL (Kereta Rel Listrik). KRL merupakan salah satu moda transportasi massal yang penting dalam kota-kota besar, dan pemahaman tentang kepuasan pengguna terhadap layanan ini dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Transportasi umum yang banyak digunakan pada saat ini adalah KRLCommuter Line KRL Commuter Line Jabodetabek adalah moda transportasi keretalistrik yang dioperasikan oleh PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) yang merupakan anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (KAI). Pada tahun 2022 BPS atau Badan Pusat Statistik mencatat bahwa 217.965 juta orang menggunakan KRLCommuter Line Jabodetabek sepanjang tahun. Jumlah penumpang KRLCommuter Line pada tahun 2022 tentunya naik dibandingkan dengan 2 tahun sebelumnya. BPS mencatat bahwa penumpang KRLCommuter Line Jabodetabek pada tahun 2020 dan 2021 berturut-turut adalah 153.591 juta dan 126.740 juta orang yang menggunakan KRLCommuterLineJabodetabek. Para pengguna KRLCommuter Line didominasi oleh para pekerja komuter. Komuter adalah perjalanan harian antara tempat tinggal dan tempat kerja di kota/kabupaten yang berbeda (Irjayanti et al., 2021). Dalam pemilihan moda para pekerja komuter ini memperhatikan faktor sosio-ekonomi dan demografi, karakteristik perjalanan, jenis kelamin, umur, dan kualitas transportasi (Irjayanti et al., 2021) (Adwiluvito, 2019). Alasan utama banyak orang menggunakan

KRLCommuter Line adalah kemudahan, kenyamanan, tarif yang terjangkau keselamatan, kelayakan moda yang ditawarkan, dan rasa keamanan (Monica et al., 2021). Dalam aspek perekonomian transportasi yang ada di negara Indonesia, sudah memiliki peran yang sangat tinggi persaingan karena semakin tinggi perkembangan ekonomi Negara tersebut semakin tinggi pula mobilitas masyarakat di dalamnya sehingga masyarakat semakin teliti dalam menentukan pilihan jasa transportasi, didukung pula dengan banyaknya perusahaan transportasi yang bermunculan dan menawarkan berbagai macam produk yang berbeda, dengan pelayanan yang berbeda dan harga yang berbeda. Oleh karena itu, pelanggan akan semakin kritis dalam menilai suatu perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan (Ikasari, Suryoko, & Nurseto, 2013).

## **PENELITIAN TERDAHULU**

### **Kepuasan Konsumen**

Perusahaan harus berusaha memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik guna memenuhi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan inginkan (Triana, Pranitasari, Marichs, 2017).

Menurut Kotler dan Keller dalam Triana, Pranitasari dan Rahmanasari (2017) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung. Masih menurut Kotler dalam Sunyoto (2013: 35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015: 146), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Tjiptono (2014: 368), berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya terdiri atas empat langkah dimensi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan.
2. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.
3. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
4. Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

Penelitian lain yang dilakukan Puspita dan Santoso (2018) menyatakan kepuasan konsumen pada layanan publik dipengaruhi oleh:

1. Kejelasan informasi.
2. Daya tanggap SDM (petugas layanan) di stasiun dan di kereta api.
3. Ketepatan waktu pemberangkatan dan tiba.
4. Fasilitas fisik yang bagus.

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.

Aksesibilitas menurut Sheth dan Sisodia (2012: 15) adalah sejauh mana pelanggan dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk. Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

1. Ketersediaan: ditunjuk oleh faktor-faktor seperti pasokan relatif terhadap permintaan, sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.
2. Kenyamanan: ditunjukan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk memperoleh produk, kemudahan yang produk dapat ditemukan di dalam dan berbagai lokasi, kemasan dalam ukuran nyaman.

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran masyarakat atau wisatawan dari tempat ke tempat lainnya berpindahan tersebut bisa dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja di perlukan alat transportasi dan sarana transportasi ketika melakukan perjalanan. Menurut Tjiptono (2014: 159), aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Indikator dari aksesibilitas yaitu: Jarak; akses ke tempat lokasi, Transportasi; arus lalu-lintas. Menurut Sefaji et al., (2018) tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan ketersediaan transportasi dan dengan jarak pencapaian

yang singkat. Selain faktor jarak, tingkat kemudahan pencapaian tujuan juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti faktor waktu tempuh faktor biaya atau ongkos perjalanan, faktor intensitas guna lahan, dan faktor pendapatan orang yang melakukan perjalanan.

### **Inovasi**

Inovasi merupakan pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, atau pembaruan. Pengertian inovasi lainnya adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya. Menurut Rosenfeld dalam Sutarno (2012: 132), inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Sedangkan menurut Hubeis (2012: 67), inovasi adalah sebagai suatu perubahan atau ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran. Pengertian inovasi di bidang pelayanan publik merupakan ide kreatif teknologi pelayanan atau memperbaiki yang sudah ada atau menciptakan terobosan atau penyederhanaan di bidang aturan, pendekatan, prosedur, metode maupun struktur organisasi pelayanan yang memberikan hasil yang lebih baik dari segi kuantitas maupun kualitas pelayanan (Ray, 2020). Pengukuran inovasi layanan akan mempengaruhi keberhasilan dari perusahaan dalam melakukan inovasi. Menurut Dhewanto et al., (2014: 95) menyatakan bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui:

1. Menciptakan model bisnis baru Mengembangkan model bisnis baru melibatkan perubahan mendasar dalam cara pendapatan dan keuntungan yang diperoleh. Inovasi dalam model bisnis dapat terjadi melalui integrasi bidang bisnis dalam satu proses, misalnya mendapatkan data basis pelanggan yang lebih luas dan menciptakan nilai lebih kepada pelanggan.
2. Mengembangkan layanan baru Pengembangan layanan baru dapat terjadi dalam banyak cara, yaitu dalam bentuk jasa atau konsep-konsep baru. Bentuk jasa baru akan mempengaruhi kinerja pemasaran karena apabila pengembangan layanan berhasil diteapkan maka akan meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila pengembangan layanan tersebut tidak berhasil dalam penerapannya kinerja pemasaran perusahaan akan mengalami penurunan.
3. Membuat interaksi dengan pelanggan baru Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan akan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Menurut Pranitasari & Trianah (2020) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan jasa tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh sebab itu kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Pengertian kualitas menurut Lupiyoadi (2013: 212) perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen. Konsumen yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian Trianah, Pranitasari dan Marichs (2017) mengungkapkan ada terdapat lima indikator dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Empati (*Emphaty*)
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Kepastian (*Assurance*)

## METODE

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus (*case study*). Studi ini dimaksudkan untuk mengungkapkan dan memahami kenyataan-kenyataan yang terjadi di lapangan sebagaimana adanya, secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif (Faisal, 2008: 22); sehingga dapat memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, yang kemudian dari sifatsifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum (Nazir, 2007:65).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Para pengguna layanan atau pelanggan KRL Jabodetabek rata-rata sudah merasa kualitas pelayanan yang diberikan sudah memuaskan standar. Hal ini juga dapat didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Prihandono, 2018) yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan KRL Jabodetabek di Stasiun Manggarai sudah baik sehingga pelanggan tidak ragu dalam menggunakan jasa KRL Jabodetabek sebagai moda transportasi. Hasil yang sama juga terdapat dalam hasil penelitian (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021), yakni kepuasan pelanggan terhadap integrasi pelayanan KRL Jabodetabek di Stasiun Sudirman terhadap moda transportasi lain menunjukkan hasil sebesar 73,07% yang mana termasuk dalam kategori puas. Tercapainya kepuasan pelanggan ini juga tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa atau KRL Jabodetabek.

Pernyataan ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Adawia et al., 2020) dalam penelitiannya, yaitu semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar juga kepuasan pelanggan yang akan didapatkan. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh KRL Jabodetabek sudah memuaskan di mata penggunanya. Selain itu dapat dikatakan pula bahwa perusahaan dari KRL Jabodetabek memiliki citra perusahaan yang baik (Salsabilah et al., 2021). Kepuasan pelanggan ini tentunya didukung oleh aspek-aspek yang ada. Dalam aspek *reability*, yaitu aspek tentang kemampuan penyedia jasa untuk memberikan jasa atau pelayanan terbaiknya sesuai yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Menurut penelitian yang dilakukan (Firmansyah & Prihandono, 2018) contoh dari aspek ini dalam pelayan KRL Jabodetabek adalah pelayanan yang tepat waktu, jadwal kereta yang tepat waktu sesuai yang telah dijanjikan, keandalan dalam menyelesaikan masalah yang muncul, serta menyediakan pelayanan jasa terbaik sejak pertama kali. Sedangkan menurut (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) contoh dari aspek *reliability*, seperti ketersediaan informasi yang berisi tentang jadwal keberangkatan moda, terdapat konektivitas antara jadwal KRL dengan moda transportasi lain, serta kemudahan pengguna KRL dalam berganti moda. Sejalan dengan hasil penelitian dari (Tambunan, 2020) yang menyatakan bahwa tingkat keandalan atau *reliability* yang diberikan KRL Jabodetabek khususnya rute Parung Parungpanjang–Tanah Abang yang relatif baik. Maka dari itu aspek keandalan atau *reliability* dalam KRL Jabodetabek memiliki tingkat kepuasan yang baik. Dalam pengukuran kualitas terdapat juga aspek lain, yakni aspek *tangible* atau aspek nyata atas kepedulian penyedia jasa kepada pelanggan. Aspek *tangible* dalam KRL

Jabodetabek merupakan aspek terpenting karena *tangible* merupakan aspek yang dapat dirasakan secara nyata dan dapat mempengaruhi pandangan pelanggan terhadap kualitas yang ditawarkan. Aspek *tangible* ini dapat meliputi fasilitas yang ditawarkan, kebersihan, dan lainnya. Dalam penelitian (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) aspek *tangible* meliputi, fasilitas pembelian tiket, fasilitas untuk mobilitas (eskalator, lift, dan tangga), fasilitas mobilitas untuk disabilitas, serta tersedianya jalur pejalan kaki. Sedangkan menurut (Jhon et al., 2018) aspek nyata atau *tangible* ini masuk kedalam aspek kenyamanan, seperti kursi yang nyaman, berfungsinya *hand railing*, dan kebersihan yang terjaga. Dalam (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) aspek *tangible* KRL Jabodetabek di Stasiun Sudirman masih belum maksimal dalam fasilitas untuk mobilitas (eskalator, lift, dan tangga) dan fasilitas mobilitas untuk disabilitas. Sedangkan menurut penelitian (Jhon et al., 2018) aspek *tangible* sudah handal dalam pelayanannya. Ditinjau dari *responsiveness* atau aspek yang merupakan daya tanggap dari penyedia jasa dalam memberikan pelayanan jasa terhadap pelanggannya. Aspek

ini merupakan aspek yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh KRL Jabodetabek. Contoh dari aspek responsiveness ini, seperti memberikan layanan yang cepat tanggap dan kesediaan membantu dalam pelayanan permintaan pelanggan (Firmansyah & Prihandono, 2018). Contoh lain dari responsiveness adalah kecepatan dan kesiapan petugas dalam memproses keluhan dan permasalahan pelanggan (Jhon et al., 2018). Dalam aspek ini KRL Jabodetabek sudah memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat didukung oleh penelitian dari (Jhon et al., 2018) dimana kecepatan dan kesiapan petugas dalam memproses keluhan dan permasalahan pelanggan yang masuk dalam aspek keamanan yang bernilai sangat handal. Aspek assurance atau aspek yang berhubungan dengan perilaku maupun pengetahuan dari karyawan. Pada aspek ini pelanggan mempercayakan atau menjamin kelancaran perjalanan kepada penyedia jasa. Menurut (Firmansyah & Prihandono, 2018) aspek ini meliputi sopan atau kesopanan dari petugas, pemberitahuan jadwal kereta, pengetahuan petugas KA Jabodetabek dalam menjawab pertanyaan pelanggan, dan mampu memberikan informasi terkait perusahaan. Berbeda dengan sebelumnya, menurut (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) aspek dari assurance ini meliputi keamanan dan nyaman dalam pergantian moda serta jadwal yang terkoneksi dengan baik. Dalam aspek ini menurut (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) masih kurang maksimal dalam jadwal yang terkoneksi. Selanjutnya terdapat aspek dari empathy atau aspek yang ditinjau berdasarkan perhatian serta kepekaan yang diberikan oleh petugas atau karyawan kepada pelanggan. Aspek assurance dan empathy ini memiliki kesamaan, yakni berhubungan langsung dengan petugas atau karyawan dalam prosesnya. Pada aspek ini pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan perhatian atau kepekaan dari petugas terhadap masalah dan kebutuhan pelanggan. Pada aspek empathy hasilnya sudah memuaskan dan sudah memenuhi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Hal ini dapat diperkuat oleh penelitian (Fawwaz & Rakhmatulloh, 2021) yang menyatakan bahwa keramahan dan kesopanan petugas, serta kemampuan petugas dalam menyampaikan informasi harus dipertahankan karena sudah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dari KRL Jabodetabek sudah memuaskan bagi pelanggan atau pengguna. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian yang menyatakan bahwa keseluruhan pelayanan yang diberikan sudah memuaskan. Hal ini tentunya menandakan bahwa KRL Jabodetabek memiliki citra yang baik bagi para



penggunanya. Akan tetapi masih ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh KA Jabodetabek sebagai penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti masih belum maksimalnya fasilitas untuk mobilitas (eskalator, lift, dan tangga), fasilitas mobilitas untuk disabilitas, dan jadwal konektivitas kereta yang beroperasi.

#### **SARAN**

1. Peningkatan Ketepatan Waktu: Salah satu aspek kualitas pelayanan yang penting adalah ketepatan waktu. KRL harus berusaha untuk memastikan bahwa jadwal keberangkatan dan kedatangan diikuti dengan sangat tepat waktu. Ini dapat dilakukan melalui pemeliharaan yang baik pada infrastruktur dan armada kereta, serta pelatihan yang memadai bagi kru kereta untuk mengoptimalkan efisiensi operasional.
2. Peningkatan Aksesibilitas: KRL harus memperhatikan aksesibilitas bagi penumpang dengan kebutuhan khusus, seperti penyandang disabilitas atau orang tua. Fasilitas yang ramah disabilitas, seperti lift atau tangga otomatis, serta penempatan yang strategis dari tempat duduk khusus dapat meningkatkan pengalaman perjalanan mereka.
3. Peningkatan Kebersihan: Pastikan kereta dan stasiun tetap bersih dan terjaga dengan baik. Lakukan pembersihan rutin pada kereta, toilet, dan area publik di stasiun. Juga sediakan tempat sampah yang mencukupi dan lakukan pengelolaan sampah dengan baik.

Evaluasi dan Umpan Balik: Lakukan evaluasi terus-menerus terhadap kualitas pelayanan KRL melalui survei penumpang, pengumpulan umpan balik, dan analisis data. Gunakan informasi ini untuk mengidentifikasi area perbaikan dan mengambil tindakan yang diperlukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hapsari, G., Utomo, S. H. T., & dan Imam Muthohar. (2022). Adaptasi Kebiasaan Baru (Post Pandemi) Bagi Para Pengguna Krl Commuter Line Jogja-Solo. *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Transportasi Darat*, 13, 13–25.
- Siwi, D., Linggasari, D., & Angkat, H. R. S. (2020). Analisis Tingkat Ketepatan Waktu Krl Commuter Line Tanah Abang - Rangkasbitung ( Studi Kasus : Stasiun Tanah Abang ) Kereta rel listrik Standar Pelayanan Minimum , ketepatan waktu , dan GAPEKA. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3(4), 1031–1044.
- Yuda Bakti, I. G. M., Rakhmawati, T., Sumaedi, S., & Damayanti, S. (2020). Railway commuter line passengers' perceived service quality: Hedonic and utilitarian framework. *Transportation Research Procedia*, 48(2019), 207–217.  
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.016>
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 120–128. <https://doi.org/10.15294/MAJ.V7I1.20638>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>
- Irjayanti, A. D., Sari, D. W., & Rosida, I. (2021). Perilaku Pemilihan Moda Transportasi Pekerja Komuter: Studi Kasus Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 21(2), 125–147. <https://doi.org/10.21002/jepi.v21i2.1340>
- Jhon, F., Sitorus, P., Fassa, F., & Nurhidayah, F. (2018). Analisis Kesiediaan Membayar Kereta Commuter Line Cikarang. *Prosiding Semnastek 2018*, 1– 11.
- Monica, A. M., Sukanta, S., & Winarno, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa KRL Commuter Line Bekasi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Teknik Industri*, 11(1), 17–22.  
<https://doi.org/10.25105/jti.v11i1.9661>

Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212.  
<https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>

Republik Indonesia. (2019). PM 63 tahun 2019 Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api. Menteri Perhubungan Republik Indonesia, 3, 50.

Adwiluvito, H. (2019). DETERMINAN PEMILIHAN MODA TRANSPORTASI PEKERJA KOMUTER JABODETABEK DENGAN MODEL REGRESI LOGISTIK MULTINOMIAL MULTILEVEL. 49–61.  
<https://doi.org/10.29244/ijsa.v3i1.184>