

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jakarta, sebagai pusat metropolitan utama di Indonesia, menghadapi berbagai permasalahan yang timbul seiring dengan pertumbuhan penduduk yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu (Margaretha dan Nugroho, 2023). Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2024), jumlah penduduk Jakarta mencapai 10,67 juta jiwa yang tersebar di wilayah seluas 660,98 kilometer persegi. Mayoritas penduduk berada pada rentang usia produktif, yakni 15 hingga 64 tahun, yang mencakup 71,5% dari total populasi atau sekitar 7,63 juta jiwa. Lonjakan jumlah penduduk ini turut berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan kendaraan pribadi, baik kendaraan roda dua maupun roda empat, sebagaimana tercermin pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Berdasarkan Jenis Kendaraan Tahun 2022

Jenis Kendaraan	Jumlah Kendaraan		
	2020	2021	2022
Mobil Penumpang	3.365.467	3.544.491	3.766.059
Bus	35.266	36.339	37.180
Truk	679.708	36.339	748.395
Sepeda Motor	16.141.380	16.711.638	17.304.447
Total	20.221.821	21.005.527	21.856.081

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2023)

Bertambahnya jumlah kendaraan bermotor di Jakarta secara langsung memengaruhi permasalahan utama di kota ini, yaitu kemacetan lalu lintas dan polusi udara (Muhamad, 2024). Hal ini sejalan dengan temuan Naurah (2024), yang menyebutkan bahwa Jakarta menempati peringkat ke-30 dalam daftar kota termacet tingkat dunia, turun satu peringkat dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun

peringkat tersebut menunjukkan perbaikan, laporan TomTom mengungkapkan bahwa tingkat kemacetan di Jakarta justru memburuk pada tahun 2023 dibandingkan dengan 2022. Pada tahun 2023, rata-rata waktu yang dibutuhkan pengendara untuk menempuh perjalanan sejauh 10 kilometer meningkat menjadi 23 menit 20 detik, lebih lama dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya memerlukan 22 menit 40 detik.



Gambar 1.1 Peringkat Kemacetan Jakarta Tingkat Dunia Tahun 2017-2023

Sumber: TomTom International BV (2024)

Selain itu, berdasarkan data pada Tabel 1.2, sektor transportasi merupakan penyumbang terbesar terhadap polusi udara di Jakarta, dengan kontribusi sebesar 67,04%. Temuan ini diperkuat oleh laporan Anto (2023), yang mengutip data dari IQAir pada 16 Agustus 2023 pukul 12.00 WIB. Pada periode tersebut, Jakarta mencatatkan nilai Indeks Kualitas Udara (*Air Quality Index/AQI*) sebesar 163, sehingga menempatkan kota ini sebagai salah satu wilayah dengan tingkat pencemaran udara tertinggi di dunia.

Tabel 1.2 Sumber Utama Polusi Udara oleh DLH DKI Jakarta Tahun 2020

Sumber Polusi	Persentase
Transportasi	67,04%
Industri	26,8%
Pembangkit listrik	5,7%
Perumahan	0,42%
Komersial	0,02%

Sumber: Rosa (2023)

Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya mencari solusi untuk mengatasi masalah pencemaran udara dan kemacetan di Jakarta, salah satunya melalui pengembangan Moda Raya Terpadu (MRT) sebagai sarana transportasi umum di Jakarta (Winni dan Mataram, 2024). MRT Jakarta, yang resmi beroperasi sejak tahun 2019, merupakan sistem transportasi berbasis rel pertama di Indonesia dengan teknologi *mass rapid transit*. MRT Jakarta mampu mengangkut penumpang dalam jumlah besar dengan efisien berkat tiga karakteristik utamanya, diantaranya kapasitas angkut yang besar (*mass*), waktu perjalanan yang cepat dengan frekuensi operasional yang tinggi (*rapid*), serta aksesibilitas yang optimal melalui berbagai stasiun yang berada di lokasi strategis kota (*transit*) (Afrilia *et al.*, 2024).

Menurut laporan Simorangkir (2024), pada tahun 2019, saat MRT Jakarta pertama kali beroperasi secara penuh, jumlah penumpang tercatat mencapai 24.414.324 orang. Namun, akibat penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) selama pandemi COVID-19, jumlah penumpang mengalami penurunan drastis sebesar 70,6%, dengan hanya 7.175.595 penumpang yang tercatat pada tahun 2021. Meskipun demikian, MRT Jakarta menunjukkan kemampuan pemulihan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun berikutnya. Pada tahun 2023, jumlah penumpang mengalami peningkatan pesat, mencapai 33.496.540 orang, yang mencerminkan kenaikan sebesar 69,38% dibandingkan dengan tahun 2022. Lonjakan jumlah penumpang ini mengindikasikan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap MRT Jakarta sebagai moda transportasi publik yang efisien dan nyaman (Afrilia *et al.*, 2024).

Tabel 1.3 Jumlah Keterangkutan Penumpang MRT Jakarta Tahun 2019-2023

Jumlah Keterangkutan Penumpang MRT Jakarta				
2019	2020	2021	2022	2023
24.414.324	9.926.513	7.175.595	19.776.064	33.496.540

Sumber: Simorangkir (2024)

Agar MRT Jakarta dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat, terdapat sejumlah faktor yang harus diperhatikan, salah satunya berkaitan dengan mutu pelayanan yang disediakan (Sirajuddin *et al.*, 2021). Kualitas pelayanan dijelaskan oleh Setiawan dan Frianto (2021) sebagai suatu tolok ukur terhadap kemampuan layanan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan. Melalui pemberian layanan yang unggul, perusahaan penyedia jasa transportasi memiliki peluang untuk membangun kepercayaan serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya (Nasution *et al.*, 2023).

MRT Jakarta menawarkan berbagai aspek kualitas layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Layanan tersebut mencakup kenyamanan, keamanan selama perjalanan, kepastian jadwal keberangkatan, ketepatan waktu tiba di tujuan, serta akses terhadap sinyal telekomunikasi yang tetap stabil meskipun berada di jalur bawah tanah (Fatoni dan Hardianti, 2020). Dari sejumlah elemen tersebut, ketepatan waktu menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kualitas layanan transportasi umum. Hal ini disebabkan oleh potensi keterlambatan yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Fadilah *et al.*, 2024).

Berdasarkan laporan MRT Jakarta (2023), tingkat ketepatan waktu operasional pada tahun 2022 menunjukkan performa yang sangat baik. Ketepatan kedatangan antar stasiun tercatat sebesar 99,95%, ketepatan berhenti di stasiun

mencapai 99,98%, dan ketepatan waktu perjalanan secara keseluruhan berada di angka 99,94%. Capaian ini menegaskan keunggulan MRT Jakarta dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan andal, sekaligus menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengguna transportasi publik.

Namun demikian, capaian prestasi ini tidak berarti MRT Jakarta bebas dari kendala. Terdapat beberapa insiden teknis yang sempat mengganggu operasional dan memengaruhi kenyamanan serta keamanan para penumpang. Hikam (2022) melaporkan bahwa MRT Jakarta sempat mengalami gangguan teknis pada sistem daya, yang menyebabkan keterlambatan perjalanan. Kendala tersebut telah diinspeksi dan diperbaiki oleh pihak MRT Jakarta, tetapi gangguan serupa kembali terjadi setelah perbaikan pertama selesai dilakukan. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan strategi mitigasi dan pemeliharaan guna memastikan keberlanjutan operasional yang optimal.

Selain itu, CNN Indonesia (2024) melaporkan insiden lain yang terjadi pada jalur kereta antara Stasiun ASEAN dan Blok M BCA, di mana material konstruksi berupa besi alat berat (*crane*) dari proyek pembangunan gedung Kejaksaan Agung RI jatuh dan menimpa bagian depan kereta MRT Jakarta. Insiden ini tidak hanya menyebabkan gangguan operasional yang signifikan tetapi juga penghentian sementara layanan MRT Jakarta. Akibatnya, terjadi penumpukan penumpang di sekitar Stasiun Blok M BCA hingga mencapai trotoar, yang menciptakan ketidaknyamanan bagi pengguna.

Selain kualitas layanan, fasilitas yang tersedia di stasiun dan dalam kereta juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna, karena

fasilitas yang baik dapat menunjang keberhasilan usaha dalam menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan (Adawia *et al.*, 2020). Prasasti dan Maisara (2022) mengemukakan bahwa kenyamanan konsumen terhadap fasilitas sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, serta kebersihan. Amelia dan Safitri (2021) menambahkan bahwa fasilitas yang baik dalam usaha jasa harus memperhatikan elemen-elemen yang dirasakan langsung oleh konsumen, karena hal ini dapat secara langsung mempengaruhi persepsi kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

MRT Jakarta dirancang dengan konsep *universal design*, yang memungkinkan penggunaannya oleh semua kalangan, termasuk penumpang prioritas (MRT Jakarta, 2023). Beragam fasilitas tersedia di stasiun, seperti tangga, eskalator, *lift* prioritas, *Ticket Sales Office* (TOM), *customer service office*, serta area *concourse* yang dilengkapi gerai komersial. Penumpang juga dapat memanfaatkan fasilitas tambahan seperti kursi tunggu yang nyaman, toilet umum dan toilet difabel, ruang menyusui, musholla, ruang pertolongan pertama, serta sistem *public announcement* untuk menyampaikan informasi penting.

Dalam pelaksanaannya, masih ditemukan berbagai keluhan dari pengguna terhadap fasilitas yang tersedia di MRT Jakarta. Salah satu fasilitas yang kerap menjadi sorotan adalah mesin *tap* kartu yang berada di *gate* masuk dan keluar stasiun. Diratama (2023) mencatat adanya keluhan dari pengguna yang diunggah melalui media sosial X, yang menyatakan bahwa respons mesin *tap in* dan *tap out* cenderung lambat, sehingga menimbulkan antrean panjang di area *gate*. Pernyataan ini diperkuat oleh Faiz (2024), yang mengungkapkan bahwa beberapa pengguna

MRT Jakarta mengalami kendala teknis pada mesin *tap* kartu, seperti kartu tidak terbaca atau terjadi kesalahan saat pemindaian. Gangguan tersebut menyebabkan alur pergerakan penumpang menjadi terhambat, terutama pada saat jam sibuk, dan dapat memicu antrean yang memanjang hingga lebih dari enam meter.

Selain permasalahan pada mesin *tap* kartu, Firdaus (2025) menyampaikan bahwa sejumlah pengguna juga menyampaikan keluhan terkait proses pemeriksaan barang sebelum melakukan *tap in* ke *gate*. Sebelumnya, setiap stasiun MRT memberlakukan pemeriksaan menggunakan mesin *X-ray* bagi seluruh penumpang yang akan melakukan *tap in*. Namun, kebijakan ini dianggap berlebihan oleh beberapa pengguna dan dinilai menjadi penyebab antrean panjang. Secara tiba-tiba, penggunaan mesin *X-ray* di seluruh stasiun dihentikan dan digantikan dengan alat pendeteksi logam *Garrett*. Namun demikian, pada Stasiun CSW yang termasuk salah satu stasiun tersibuk tidak menggunakan alat *Garrett*, melainkan dilakukan pemeriksaan secara manual menggunakan stik. Dalam prosedur ini, penumpang diminta untuk membuka tas agar diperiksa secara langsung oleh petugas. Proses ini dinilai mengganggu, terutama pada jam sibuk, karena menambah waktu antrean dan menurunkan kenyamanan pengguna.

Dalam industri transportasi, biaya perjalanan merupakan aspek yang sangat sensitif bagi pelanggan (Othman *et al.*, 2021). Pandangan serupa disampaikan oleh Nasution *et al.* (2023), yang menekankan bahwa harga memegang peran penting dalam memengaruhi preferensi pengguna jasa transportasi. Menurut Salsabilla dan Hadisuwarno (2023), kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila mereka merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

Lebih lanjut, Saepulloh dan Rauf (2023) menyatakan bahwa banyak perusahaan mengalami kerugian akibat penetapan harga yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang wajar dan sesuai dengan daya beli pelanggan agar menciptakan kesesuaian harga yang dirasakan oleh pelanggan. Witama dan Keni, (2020) juga mengungkapkan bahwa semakin sesuai harga yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dapat dicapai. Hal ini menunjukkan bahwa penyesuaian harga dengan ekspektasi pelanggan merupakan strategi penting dalam membangun loyalitas dan keberlanjutan perusahaan di sektor transportasi.

MRT Jakarta memberlakukan tarif perjalanan dengan rentang harga mulai dari Rp 3.000 sebagai tarif terendah hingga Rp 14.000 sebagai tarif tertinggi (MRT Jakarta, 2024). Namun, menurut laporan Nurcahyo (2024) serta Janati dan Maullana (2024), baru-baru ini mencuat isu penghapusan koridor 1 Transjakarta. Kebijakan ini direncanakan karena rute koridor 1 dinilai bersinggungan dengan jalur MRT. Sebagai konsekuensinya, pengguna Transjakarta koridor 1 akan dialihkan untuk menggunakan moda transportasi MRT. Keputusan tersebut memicu berbagai protes dari masyarakat, khususnya pengguna setia Transjakarta koridor 1.

Mereka menganggap kebijakan ini kurang tepat, terutama karena tarif MRT dinilai relatif mahal dibandingkan dengan tarif Transjakarta. Keluhan ini terutama datang dari pengguna yang mengandalkan Transjakarta sebagai moda transportasi utama mereka. Berdasarkan tanggapan-tanggapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat masih menganggap tarif perjalanan MRT Jakarta relatif

mahal. Akibatnya, layanan MRT belum sepenuhnya menjadi pilihan utama sebagai sarana transportasi umum bagi mereka.

Tabel 1.4 Tanggapan Narasumber terhadap Tarif MRT Jakarta

Nama	Tanggapan
Daud Kafi	“Kayaknya dompet saya bisa langsung kering kalau naik MRT. Menurut saya, Transjakarta lebih murah karena tarifnya tetap, Rp3.500, untuk semua rute. <u>Sementara MRT punya tambahan tarif di setiap stasiun, jadi terasa lebih mahal.</u> ”
Luthfia	“ <u>MRT jelas lebih mahal karena tarifnya dihitung per stasiun.</u> Berbeda dengan Transjakarta yang tetap Rp3.500 ke mana pun tujuannya.”
Fahri	“Sebagai pengguna setia Transjakarta, saya sangat tidak setuju dengan kebijakan ini. Koridor 1 adalah jalur tertua, sudah ada sejak 2004, kalau saya tidak salah. <u>Jika dihapus dan diganti dengan MRT, biayanya akan jauh lebih mahal.</u> Kebijakan ini menurut saya tidak mendukung masyarakat kelas menengah ke bawah.”
Vina	“ <u>Tarif MRT yang lebih mahal memang cukup berat.</u> Namun, itu tergantung seberapa besar selisihnya. Kalau perbedaannya signifikan, tentu akan sangat terasa memberatkan.”

Sumber: Nurcahyo (2024); Jzanati dan Maullana (2024)

Upaya untuk mempertahankan keberlangsungan operasional perusahaan umumnya dilakukan melalui peningkatan tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan tersebut diposisikan sebagai determinan utama yang berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas terhadap produk maupun jasa yang disediakan (Sa'ilin *et al.*, 2023). Oleh Pujiani *et al.* (2023), kepuasan diinterpretasikan sebagai manifestasi emosional yang muncul setelah suatu produk atau layanan digunakan, yang dapat terejawantah dalam bentuk ketidakpuasan, kondisi netral, hingga perasaan bahagia. Secara umum, kepuasan cenderung dialami apabila ekspektasi konsumen terpenuhi, dan rasa sangat puas dapat terbangun ketika pengalaman aktual yang diperoleh melebihi harapan yang dimiliki (Nizwar *et al.*, 2024).

Sementara itu, loyalitas pelanggan oleh Kurniawan *et al.* (2024) dipersepsikan sebagai kecenderungan afektif yang ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang secara konsisten, disertai komitmen yang berkelanjutan terhadap

merek atau layanan tertentu. Selain itu, loyalitas juga melibatkan kemauan konsumen untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain (Cahyani *et al.*, 2024). Seperti yang disampaikan oleh Purnandika dan Septiana (2024), loyalitas pelanggan sangat bergantung pada tingkat kepuasan yang dirasakan. Ketika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi, loyalitas mereka cenderung meningkat. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan penurunan loyalitas. Dengan demikian, pemeliharaan terhadap tingkat kepuasan konsumen tidak semata-mata memberikan implikasi terhadap keberhasilan perusahaan dalam jangka pendek, namun juga diposisikan sebagai elemen krusial dalam pembentukan relasi jangka panjang yang bersifat berkelanjutan antara entitas bisnis dan konsumen yang dilayaninya (Abbas dan Riono, 2023).

Menurut laporan Indopolitika (2024), pengguna MRT Jakarta mengajukan keluhan terkait penyelenggaraan kegiatan *Pound Fit* di Stasiun MRT Bundaran HI. Keluhan tersebut muncul akibat kebisingan yang ditimbulkan oleh suara stik yang dipukul serta sorakan peserta di area tertutup stasiun. Beberapa pengguna menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap aktivitas tersebut, karena stasiun MRT, yang merupakan fasilitas transportasi umum, dinilai kurang tepat dijadikan lokasi untuk kegiatan olahraga seperti *Pound Fit*. Ketidakpuasan yang dirasakan oleh sebagian pengguna tersebut dikhawatirkan dapat berdampak negatif terhadap tingkat loyalitas pengguna terhadap MRT Jakarta. Oleh karena itu, pihak MRT Jakarta perlu melakukan evaluasi terhadap kebijakan yang diterapkan, guna

memastikan bahwa kebijakan tersebut dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas pengguna.

Research gap dalam penelitian ini merujuk pada perbedaan temuan dalam penelitian sebelumnya, yang menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Sabilla (2023) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan di industri *coffee shop* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, studi oleh Rutjuhan dan Ismunandar (2020) menemukan bahwa fasilitas di *Mahfoed Life Gym* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Shin dan Yu (2020) menunjukkan bahwa *perceived price* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di restoran di Korea Selatan. Sementara itu, hasil penelitian Saputra dan Setyadi (2020) mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen tidak memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pengguna layanan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Natarina *et al.* (2023) berfokus pada MRT Jakarta sebagai objek penelitian. Meskipun demikian, terdapat sejumlah perbedaan dibandingkan dengan penelitian ini. Perbedaan tersebut mencakup variabel yang diteliti, yakni kualitas layanan, harga, citra merek, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2022, sehingga adanya perbedaan waktu pelaksanaan dapat menciptakan variasi kondisi dan konteks yang mungkin turut memengaruhi hasil yang diperoleh.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hidayati *et al.* (2022), juga menggunakan MRT Jakarta sebagai objek penelitian. Terdapat beberapa perbedaan

yang perlu dicermati dalam penelitian tersebut. Variabel yang dianalisis meliputi kualitas pelayanan, *website quality*, kepuasan penumpang, dan loyalitas penumpang, yang berbeda dengan variabel dalam penelitian ini. Perbedaan lainnya terletak pada jumlah sampel yang digunakan, yaitu 112 responden, yang lebih sedikit dibandingkan dengan penelitian ini. Dari segi metode analisis, penelitian tersebut menggunakan pendekatan *Path Analysis* dalam pengolahan data. Perbedaan selanjutnya berkaitan dengan periode penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2022, yang berpotensi menimbulkan perbedaan dalam konteks penelitian dan kondisi eksternal yang dapat memengaruhi temuan yang dihasilkan.

Perbedaan-perbedaan ini semakin menegaskan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Dengan demikian, kesenjangan tersebut diupayakan untuk diisi melalui penelitian ini dengan menelaah pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan harga yang dipersepsikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas khazanah keilmuan terkait determinan kepuasan dan loyalitas konsumen pada sektor transportasi publik, sekaligus menjadi pijakan dalam perumusan kebijakan serta peningkatan layanan MRT Jakarta.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, pertanyaan penelitian yang disusun dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta?

2. Apakah *facilities* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta?
3. Apakah *perceived price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta?
4. Apakah *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta?
5. Apakah *facilities* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta?
6. Apakah *perceived price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta?
7. Apakah *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Selaras dengan latar belakang dan rumusan pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta.
2. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *facilities* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta.
3. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *perceived price* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna MRT Jakarta.
4. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *service quality* terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta.

5. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *facilities* terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta.
6. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *perceived price* terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta.
7. Untuk menguji hubungan yang signifikan dan positif dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna MRT Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti bagi berbagai pihak, baik secara teoretis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah kekayaan khasanah ilmiah dengan menghadirkan sudut pandang baru mengenai keterkaitan antara *service quality*, *facilities*, *perceived price*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* dalam konteks transportasi publik, khususnya pada MRT Jakarta. Temuan-temuan yang diperoleh diharapkan dapat memperkuat landasan konseptual serta menjadi rujukan penting bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pihak manajemen MRT Jakarta untuk meningkatkan *service quality*, *facilities*, dan *perceived price*. Melalui pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan utama yang memengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, pengelola MRT Jakarta dapat mengoptimalkan strategi pelayanan, memperbaiki persepsi terhadap harga, serta meningkatkan kualitas sarana yang tersedia, guna membangun hubungan jangka panjang yang lebih solid dengan pengguna layanan.