**Hubungan *Customer Satisfaction* / Kepuasan Pelanggan, *Customer Loyality* / Loyalitas Pelanggan dan Pengembangan Stasiun Terhadap Servis dan Kualitas di Stasiun Kereta Api**

1) Wahyu jatikusumo,

Email: [wahyujatikusumo@gmail.com](mailto:wahyujatikusumo@gmail.com)

2) Awel Suryadi,

Email: [awel\_suryadi@pip-semarang.ac.id](mailto:awel_suryadi@pip-semarang.ac.id)

3) Fajar Transelasi

Email: [fajar\_transelasi@pip-semarang.ac.id](mailto:fajar_transelasi@pip-semarang.ac.id)

4) Cris Kuntadi

Email: [cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id)

5) Rachmat Pramukty

Emil: [rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id)

*Corresponding author*: Wahyu Jatikusumo

**Abstrak**: Penulis melakukan penelitian Artikel ini untuk mereview faktor-faktor yang memengaruhi servis dan kualitas, yaitu Customer satisfaction / kepuasan pelanggan, *Customer loyalty* / loyalitas pelanggandan *station improvement*, suatu studi literatur manajemen. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel *literature review* ini adalah: kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas; loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas; dan pengembangan stasiun berpengaruh terhadap servis dan kualitas.

**Keyword:** servis dan kualitas, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Setiap mahasiswa baik Strata 1, Strata 2 dan Strata 3, harus melakukan riset dalam bentuk skripsi, tesis dan disertasi. Begitu juga bagi dosen, peneliti dan tenaga fungsional lainya aktif melakukan riset dan membuat artikel ilmiah untuk di publikasi pada jurnal-jurnal ilmiah.

Karya ilmiah merupakan sebagai salah syarat bagi mahasiswa untuk menyelasaikan studi pada sebagian besar Perguruan Tinggi di Indonesia.  Ketentuan ini berlaku untuk semua level jenjang pendidikan yaitu Skripsi strata satu (S1), Tesis strata dua (S2) Disertasi strata tiga (S3).

Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh kepuasan pelanggan dan pengembangan stasiun terhadap servis dan kualitas, suatu studi literature review dalam bidang manajemen.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

1. Apakah Customer satisfaction / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas?
2. Apakah Customer loyalty / loyalitas pelangganberpengaruh terhadap servis dan kualitas?
3. Apakah Station improvement / pengembangan stasiunberpengaruh terhadap servis dan kualitas?

**KAJIAN TEORI**

**Pelayanan dan Kualitas**

Servis dan Kualitas adalah merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2017). Dimensi atau indikator servis dan kualitas adalah Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan), Dimensi Kepuasan Pelanggan, improvement, customer loyalty, Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*), Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*), Kesediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*), Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) (Tjiptono, 2017).

**Servis dan kualitas** adalah secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima (Kotler dan Keller, 2016). Dimensi atau indikator servis dan kualitas adalah Produk*, Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *improvement, Customer loyalty, Customer, Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (tingkat responsif atau tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangible* (berwujud) (Kotler dan Keller, 2016).

**Servis dan kualitas** adalah Kualitas layanan jasa (servis kualitas) sudah dianggap sebagai salah satu elemen kunci dari kesuksesan penyedia layanan karena dapat menyebabkan pelanggan menjadi puas (Chow et al., 2007; Gilbert & Velotsou, 2006). Dimensi atau indikator servis dan kualitas adalah *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *Customer Loyalty*, Layanan (Chow et al., 2007; Gilbert & Velotsou, 2006).

**Servis dan kualitas** ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Sulaiman Abdullahi Bambale, Inshah Malik, Kaltume Mohammed Kamsel, 2020), (Richa Verma, 2020), dan (Bobby W Loyyl, Manish Kumar, 2018).

***Customer satisfaction* / Kepuasan Pelanggan**

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang dinilai sangat penting untuk ditingkatkan sesuai dengan tingkat pelayanan yang kurang memuaskan menurut responden (Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk, 2017). Dimensi atau indikator *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah *commuter line, importance performance analysis*, servis dan kualitas (Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk, 2017).).

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah Kepuasan penumpang menjadi barometer keberhasilan suatu perusahaan (A. Rahman, 2019). Dimensi atau indikator *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah bukti fisik, perawatan, keandalan, daya tanggap, dan jaminan (A. Rahman, 2019).

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah Pelanggan yang puas akan tetap setia mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan (Wiku Prima Putra, 2012). Dimensi atau indikator *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan adalah pelayanan, servis dan kualitas,*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan(Wiku Prima Putra, 2012).

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Supranto, 2011), (Nurmalasari Nurmalasari, Adhitya Dinhar, 2018), dan (F. Monsuur, M. Quddus, 2017).

***Customer loyalty* / Loyalitas Pelanggan**

*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah sikap relatif yang tinggi dikombinasikan dengan pembelian berulang yang rendah menandakan loyalitas yang terpendam (J Griffin, 1995). Dimensi atau indikator *customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, nilai harga jual, servis dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan (J Griffin, 1995).

*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah mendapat perhatian pemasaran yang besar (Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin, 2018). Dimensi atau indikator *Customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, servis dan kualitas, harga (Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin, 2018).

*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah merupakan salah satu hal penting dibidang bisnis. Hal tersebut dikarenakan *Customer loyalty* / loyalitas pelanggandapat memberikan tambahan pendapatan bagi sektor bisnis (Fedelis Brian Putra Perkasa, Andi W.R. Emanuel, 2020). Dimensi atau indikator *Customer loyalty* / loyalitas pelanggan adalah Harga yang adil/ *price fairness*, servis dan kualitas, *Reward* Komunikasi dengan pelanggan, *Customer engagement* (Fedelis Brian Putra Perkasa, Andi W.R. Emanuel, 2020).

*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (DK Gultom, M Arif, M Fahmi, 2020), (SR Sasongko, 2021), dan (N Novianti, E Endri, D Darlius, 2018).

***Station improvement* / Pengembangan Stasiun**

*Station improvement* / pengembangan stasiun adalah meningkatkan pengalaman kualitas stasiun dengan demikian memiliki dampak besar terhadap kepuasan perjalanan kereta api (Mark van Hagen, 2015). Dimensi atau indikator *station improvement* / pengembangan stasiun adalah penumpang, servis dan kualitas yang diberikan oleh stasiun, *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dari pelanggan (Mark van Hagen, 2015).

*Station improvement* / pengembangan stasiun adalah sebuah ruang publik dengan fungsi utama tempat pelayanan jasa transportasi darat yaitu kereta api dan telah mengalami bcberapa perubahan bangunan yang kontinu akibat perkcmbangan kebutuhan pemakai jasa transportasi. (Sigit Prasaja, 2016). Dimensi atau indikator *station improvement* / pengembangan stasiun adalah ciri dari bentuk bangunan induk (*hertitage* maupun modern), Suasana interior dalam ruang tunggu, servis dan kualitas (Sigit Prasaja, 2016).

*Station improvement* / pengembangan stasiun adalah sumber daya wisata yang dikategorikan sebagai warisan yang mencakup berbagai atraksi dan pengalaman. (J. Henderson, 2015). Dimensi atau indikator Station improvement / pengembangan stasiun adalah aset wisata warisan budaya, servis dan kualitas, kenyamanan untuk kegiatan turis (J. Henderson, 2015).

*Station improvement* / pengembangan stasiun sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Mirosław Antonowicz, Tomasz Moś, 2018), (Phillip Roös, 2013), dan (Wu Zh, 2007).

**Tabel 1**

**Penelitian terdahulu yang relevan**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Author (tahun)** | **Hasil Riset terdahulu** | **Persamaan dengan artikel ini** | **Perbedaan dengan artikel ini** |
| 1 | Tjiptono, 2017 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X4 Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*), X5 Niat beli ulang (*Repurchase Intention*), X6 Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*), X7 ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) |
| 2 | Kotler dan Keller, 2016 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X8 *Reliability* (keandalan), X9 *Responsiveness*(tingkat responsif atau tanggap), X10 *Assurance* (Jaminan),X11 *Empathy* (empati) dan X12 *Tangible* (berwujud) |
| 3 | Chow et al., 2007; Gilbert & Velotsou, 2006 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas |  |
| .4 | Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk, 2017 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X13 *commuter line*, X14 *importance performance analysis* |
| .5 | A. Rahman, 2019 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, c*ustomer* *loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | - | X12 bukti fisik tangible, X11 perawatan, X8 keandalan, X9 daya tanggap, dan X10 jaminan |
| 6 | Wiku Prima Putra, 2012 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *Customer loyalty* / loyalitas pelangganberpengaruh terhadap servis dan kualitas |  |
| 7 | J Griffin, 1995 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *customer loyalty* / loyalitas pelanggan | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *customer loyalty* / loyalitas pelanggan |  |
| 8 | Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin, 2018 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, c*ustomer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, c*ustomer loyalty* / loyalitas pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X15 harga |
| 9 | Fedelis Brian Putra Perkasa, Andi W.R. Emanuel, 2020 | *customer loyalty* / loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer loyalty* / loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X15 Harga yang adil/ *price fairness* |
| 10 | Mark van Hagen, 2015 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X16 penumpang |
| 11 | Sigit Prasaja, 2016 | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *customer satisfaction* / kepuasan pelanggan dan *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | X17 ciri dari bentuk bangunan induk (hertitage maupun modern), X18 Suasana interior dalam ruang tunggu |
| 12 | J. Henderson, 2015 | *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | *station improvement* / pengembangan stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap servis dan kualitas | aset wisata warisan budaya, servis dan kualitas, kenyamanan untuk kegiatan turis |

**METODE PENULISAN**

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian pustaka*.* Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara *off line* di perpustakaan dan secara *online* yang bersumber dari Mendeley, Elicit, Scholar Google dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* dalam konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah:

1. **Pengaruh *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan terhadap servis dan kualitas**

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas, di mana dimensi atau indikator *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan (*customer loyalty*, / loyalitas pelanggan,pelayanan) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator servis dan kualitas (customer loyalty /loyalitas pelanggan, pelayanan), (Tjiptono, 2017).

Untuk meningkatkan servis dan kualitas dengan memperhatikan *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, maka yang harus dilakukan oleh manjemen adalah *Station Improvement* / pengembangan stasiun, dimana meningkatkan pengalaman kualitas stasiun dengan demikian memiliki dampak besar terhadap kepuasan perjalanan kereta api (Mark van Hagen, 2015).

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas, apabila *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas servis dan kualitas, (Tjiptono, 2017).

*Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Tjiptono, 2017), (Kotler dan Keller, 2016), dan (Chow et al., 2007; Gilbert & Velotsou, 2006).

1. **Pengaruh *Customer loyalty* / loyalitas pelanggan terhadap servis dan kualitas**

*Customer loyalty* / loyalitas pelangganberpengaruh terhadap servis dan kualitas, dimana dimensi atau indikator Customer satisfaction / kepuasan pelanggan (J Griffin, 1995) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator servis dan kualitas (customer satisfaction / kepuasan pelanggan, nilai harga jual, servis dan kualitas), (J Griffin, 1995).

*Customer loyalty* / loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap servis dan kualitas, apabila *Customer loyalty* / loyalitas pelanggan di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumnen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas layanan servis dan kualitas, (Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin, 2018).

*Customer loyalty* / loyalitas pelangganberpengaruh terhadap servis dan kualitas, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (DK Gultom, M Arif, M Fahmi, 2020), (SR Sasongko, 2021), dan (N Novianti, E Endri, D Darlius, 2018).

1. **Pengaruh *Station improvement* / pengembangan stasiun terhadap servis dan kualitas**

Station improvement / pengembangan stasiunberpengaruh terhadap servis dan kualitas, dimana dimensi atau indikator *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap dimensi atau indikator servis dan kualitas (penumpang, servis dan kualitas yang diberikan oleh stasiun), (Mark van Hagen, 2015).

Untuk meningkatkan servis dan kualitas dengan memperhatikan station improvement, maka yang harus dilakukan oleh manjemen adalah peningkatan kenyamanan, dimana Suasana interior dalam ruang tunggu sangat berpengaruh (Sigit Prasaja, 2016).

Station improvement / pengembangan stasiun berpengaruh terhadap servis dan kualitas, apabila Customer satisfaction / kepuasan pelanggan di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumnen maka ini akan dapat meningkatkan X12 bukti fisik tangible, X11 perawatan, X8 keandalan, X9 daya tanggap, dan X10 jaminan pada servis dan kualitas, (A. Rahman, 2019).

Station improvement / pengembangan stasiunberpengaruh terhadap servis dan kualitas, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Mirosław Antonowicz, Tomasz Moś, 2018), (Phillip Roös, 2013), dan (Wu Zh, 2007).

**Kerangka Konseptual**

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.

*Customer Loyalty*

*Customer Satisfaction*

*Service & Quality*

H3

*Station Improvement*

H1

H2

**Gambar 1**

**Kerangka Konseptual**

Berdasarkan *conceptual* di atas, *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, customer loyalty, dan Station improvement / pengembangan stasiunberpengaruh terhadap servis dan kualitas. Selain dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi servis dan kualitas, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

1. x4- Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*): (Tjiptono, 2017)
2. x5- X5 Niat beli ulang (*Repurchase Intention*): (Tjiptono, 2017), (Author-2, th), dan (Author-3).
3. x6- Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*): (Tjiptono, 2017), (Author-2, th), dan (Author-3).
4. X7- ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) (Tjiptono, 2017), (Author-2, th), dan (Author-3).
5. X8- Reliability (keandalan): (Kotler dan Keller, 2016), (A. Rahman, 2019), dan (Author-3).
6. X9 *Responsiveness*(tingkat responsif atau tanggap): (Kotler dan Keller, 2016), (A. Rahman, 2019)
7. X10 *Assurance* (Jaminan): (Kotler dan Keller, 2016), (A. Rahman, 2019)
8. X11 *Empathy* (empati): (Kotler dan Keller, 2016), (A. Rahman, 2019)
9. X12 *Tangible* (berwujud) : (Kotler dan Keller, 2016), (A. Rahman, 2019)
10. X13 *Commuter line:* (Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk, 2017)
11. X14 *Importance performance analysis*: (Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk, 2017)
12. X15 harga: (Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin, 2018), (Fedelis Brian Putra Perkasa, Andi W.R. Emanuel, 2020)
13. X16 penumpang: (Mark van Hagen, 2015)
14. X17 ciri dari bentuk bangunan induk (hertitage maupun modern): (Sigit Prasaja, 2016)
15. X18 Suasana interior dalam ruang tunggu: (Sigit Prasaja, 2016)
16. X19 aset wisata warisan budaya: (J. Henderson, 2015)
17. X20 kenyamanan untuk kegiatan turis: (J. Henderson, 2015)

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat dirumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap servis dan kualitas.
2. *Customer loyalty* / loyalitas pelanggan memiliki pengaruh terhadap servis dan kualitas.
3. *Station improvement* / pengembangan stasiun memiliki pengaruh terhadap servis dan kualitas.

**Saran**

Saran pada artikel ini yang tepat adalah bahwa masih banyak faktor penunjang servis dan kualitas, selain dari *Customer satisfaction* / kepuasan pelanggan, *customer loyalty*, dan *Station improvement* / pengembangan stasiun pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor apa saja yang dapat memepengaruhi servis dan kualitas selain yang varibel yang diteliti pada arikel ini. Faktor lain tersebut seperti x4, x5, x6, x7, x8, x9, x10, x11, x12, x13, x14, x15, x16, x17, x18, x19 & x20

**Bibliography**

Sulaiman Abdullahi Bambale, Inshah Malik, Kaltume Mohammed (2020),

Servis Kualitas on *Electric Train Serviss* (ETS) in Kuala Lumpur Malaysia

Richa Verma (2020), Servis Kualitas as *Customer Satisfaction and Customer Loyalty*

Bobby W Loyyl, Manish Kumar (2018) A Critical *Analysis on Servis* Kualitas and

*Customer Retention*

Tjiptono (2017), Strategi Pemasaran

Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*

Chow et al., 2007;Gilbert & Velotsou, 2006 Marketing

Johannes Partogi, M. Dewangga, P. Hutauruk (2017),*THE ANALYSIS OF*

*CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARDS COMMUTER LINE TRAIN*

*SERVIS A CASE STUDY AT BEKASI STATION, BEKASI - JAKARTA*

*KOTA ROUTE*

Rahman (2019).ANALISIS KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP KUALITAS

PELAYANAN STASIUN GUBENG BARU SURABAYA DENGAN

MENGGUNAKAN METODE SERVIS KUALITAS

Wiku Prima Putra (2012), *Analysis of Passenger Satisfaction Servis Level* of PT.KA

COMMUTER Jakarta-Bogor

Nurmalasari Nurmalasari, Adhitya Dinhar (2018), Kualitas Layanan Terhadap

Kepuasan Pengguna Jasa *Commuter Line* Parung Panjang

F. Monsuur, M. Quddus (2017). The Impact of Train and Station Types on Perceived

Rail Servis Kualitas

J. Griffin, (2005). “*Customer loyalty, how to earn it and how to keep it*,”

Ahmad Saifalddin Abu-Alhaija, R. Yusof, H. Hashim, N. Jaharuddin (2018)

*Determinants of Customer Loyalty : A Review and Future Directions* 1

Fedelis Brian Putra Perkasa, Andi W.R. Emanuel, (2020)

Gamifikasi sebagai Metode untuk Mendapatkan *Customer Loyalty: Review*

*Literatur*

DK Gultom, M Arif, M Fahmi - Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister …, 2020

SR Sasongko - Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2021

N Novianti, E Endri, D Darlius - MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2018

Mark van Hagen, (2015) *Journal of Traffic and Transportation Engineering* 3 (2015) 7-

18, doi: 10.17265/2328-2142/2015.01.002

Sigit Prasaja.(2006) Kontinuitas Dan Perubahan Interio Pada Stasiun Kereta Api Tugu

Yogyakarta Tahun 1945 Sampai Tahun 2005

J. Henderson.(2011). *Railways as heritage attractions: Singapore's Tanjong Pagar*

*station*

Mirosław Antonowicz, Tomasz Moś.(2018). *Management model of railway stations with*

*the focus on sustainable development of public transport*

Phillip Roös (2013) Railway stations : public realm gateways to sustainable futures of

our cities

Wu Zh,(2007). *The New Development of Railway Station's Design Based on the Holistic*

*View of Urban and Architecture*