

PENGARUH KENYAMANAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG BUS (Studi Kasus pada Siswa Pengguna Bus Sekolah Kabupaten Bireuen)

Faisal Kamal^{1*}, Kamaruddin Kamaruddin², Ibrahim Ibrahim²

¹ Kepala Bidang Angkutan dan Terminal - Dinas Perhubungan Kabupaten Bireuen – Aceh

² FEB Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen

* email: kamalbireuen8009@gmail.com, kamaruddinuniki@gmail.com

DOI: 10.55178/idm.v7i14.615

Article history

Received:
June 29, 2026

Revised:
July 4, 2026

Accepted:
September 4, 2026

Page:
1 - 8

Keywords:
*comfort,
service quality,
satisfaction,
loyalty*

ABSTRACT: *This study analyzes factors influencing loyalty regarding the use of school bus fleets, specifically examining comfort, service quality, and satisfaction. It employs an associative method and a quantitative approach, utilizing path analysis to test hypotheses and determine the extent of influence. The study surveyed students who use school buses in Bireuen Regency, with a sample of 97 students selected via purposive sampling. The results indicate that: 1) there is a moderate causal relationship between the variables of comfort, service quality, and satisfaction; 2) the combined direct and indirect influence of comfort on loyalty is 37.93%; 3) the combined direct and indirect influence of service quality on student loyalty is 57.53%; 4) the combined direct and indirect influence of satisfaction on student loyalty is 51.18%; and 5) comfort, service quality, and satisfaction collectively contribute 63.1% to student loyalty regarding school bus usage in Bireuen Regency.*

ABSTRAK: Penelitian menganalisis beberapa faktor terkait loyalitas menggunakan armada bus sekolah. Di tinjau faktor kenyamanan, kualitas layanan, dan kepuasan. Dengan metode asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Pengujian hipotesis dan menentukan pengaruh menggunakan analisis jalur. Studi dilakukan pada siswa yang menggunakan bus sekolah, dengan sampel diambil secara purposive sampling sebanyak 97 siswa di kabupaten Bireuen. Hasil Penelitian diketahui, 1) terdapat hubungan kausal antar variabel kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepuasan dengan katgori sedang (moderat). 2) terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung kenyamanan terhadap loyalitas sebesar 37,93%, 3) pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas siswa sebesar 57,53%. 4) pengaruh langsung dan tidak langsung kepuasan terhadap loyalitas siswa sebesar 51,18%. 5) Dan secara simultan kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepuasan berkontribusi sebesar 63,1% terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah di Kabupaten Bireuen.

Pendahuluan (Introduction)

Transportasi sekolah merupakan salah satu fasilitas pendukung proses pendidikan yang berperan penting dalam menunjang ketepatan waktu, keamanan, serta kenyamanan siswa dalam berangkat dan pulang sekolah. Penyediaan bus sekolah oleh pemerintah daerah maupun pihak swasta bertujuan untuk mengurangi kemacetan, menekan angka kecelakaan pelajar, serta memberikan alternatif transportasi yang aman dan terjangkau. Namun, keberhasilan program bus sekolah tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan armada, melainkan juga oleh tingkat kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan siswa sebagai pengguna jasa.

Dalam konteks jasa transportasi, kenyamanan menjadi faktor mendasar yang memengaruhi pengalaman pengguna. Menurut Tjiptono (2017), kenyamanan pelanggan berkaitan dengan kondisi fisik dan psikologis

yang dirasakan selama menerima layanan, termasuk aspek kebersihan, fasilitas, suasana, dan interaksi dengan petugas. Pada layanan bus sekolah, kenyamanan dapat tercermin dari kondisi tempat duduk, kebersihan kendaraan, sirkulasi udara, keamanan perjalanan, serta rasa aman yang dirasakan siswa. Jika siswa merasa nyaman, maka kemungkinan besar mereka akan memiliki persepsi positif terhadap layanan tersebut.

Selain kenyamanan, kualitas pelayanan juga menjadi determinan penting dalam membentuk persepsi pengguna. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (2017) dengan model SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dalam konteks bus sekolah, kualitas pelayanan dapat dilihat dari ketepatan waktu penjemputan, sikap sopan pengemudi, keselamatan berkendara, kejelasan informasi rute, serta kepedulian terhadap kebutuhan siswa. Pelayanan yang konsisten dan profesional akan meningkatkan kepercayaan serta citra positif terhadap penyedia layanan.

Kenyamanan dan kualitas pelayanan yang baik akan berkontribusi pada terbentuknya kepuasan siswa. Menurut Danang Sunyoto (2018), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila layanan bus sekolah mampu memenuhi atau melebihi harapan siswa, maka siswa akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan kurang memadai, ketidakpuasan dapat muncul dan berdampak pada keengganan menggunakan layanan tersebut.

Lebih lanjut, kepuasan yang dirasakan secara konsisten akan mendorong terbentuknya loyalitas. Menurut Oliver (1999), loyalitas merupakan komitmen mendalam untuk menggunakan kembali suatu produk atau jasa secara konsisten di masa depan. Dalam konteks bus sekolah, loyalitas siswa dapat diwujudkan dalam bentuk penggunaan rutin layanan, tidak berpindah ke moda transportasi lain, serta memberikan rekomendasi positif kepada teman. Loyalitas ini penting untuk menjaga keberlanjutan program bus sekolah serta mendukung efektivitas kebijakan transportasi pendidikan.

Namun, dalam praktiknya, masih terdapat berbagai permasalahan pada layanan bus sekolah, seperti keterlambatan jadwal, kondisi armada yang kurang terawat, sikap pengemudi yang kurang ramah, serta kurangnya pengawasan keselamatan. Permasalahan tersebut berpotensi menurunkan tingkat kenyamanan dan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan dan loyalitas siswa. Jika siswa merasa tidak nyaman atau tidak puas, mereka cenderung memilih alternatif transportasi lain, sehingga tujuan penyediaan bus sekolah menjadi kurang optimal.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti loyalitas siswa terhadap layanan Bus Sekolah di Kabupaten Bireuen tidak muncul secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, seperti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan.

Tinjauan Literatur (*Literature Review*)

Kenyamanan dan Loyalitas

Dalam layanan transportasi pendidikan, kenyamanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas siswa. Bus sekolah bukan hanya alat transportasi, tetapi juga bagian dari pengalaman harian siswa. Jika siswa merasa nyaman selama perjalanan, kemungkinan besar mereka akan terus menggunakan layanan tersebut secara konsisten.

Kenyamanan merupakan faktor penting yang memengaruhi loyalitas siswa dalam penggunaan bus sekolah. Semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan siswa, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut. Oleh karena itu, pengelola bus sekolah perlu menjaga kualitas fasilitas, keamanan, serta ketepatan waktu agar loyalitas siswa tetap terjaga.

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan sikap pelanggan secara konsisten pada suatu produk dan jasa yang telah pernah dipergunakan sebelumnya dan telah memperoleh perihal meyakinkan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang diberikan oleh pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan dengan ulasan yang sangat positif dan mencerminkan pembelian berulang yang konsisten. Loyalitas pelanggan berkaitan langsung dengan pembelian ulang sebagai implikasi komitmen serta konsistensi kepuasan yang didapat pelanggan terhadap merk tertentu. Kunci mempertahankan loyalitas pelanggan yakni dengan selalu memberikan kepuasan pelanggan saat melakukan pembelian atau menggunakan produk atau jasa, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan (Arroyan, 2024).

Kenyamanan dan kepuasan adalah fondasi utama yang mendorong loyalitas pengguna armada (bus, pesawat, dll). Kenyamanan menciptakan pengalaman positif awal, yang ketika memenuhi atau melampaui

harapan penumpang, akan berkembang menjadi kepuasan. Pada akhirnya, kepuasan berulang inilah yang menghasilkan pelanggan setia (loyal).

Kualitas Pelayanan dan Loyalitas

Kotler (2000) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kemampuan dari seluruh karakteristik jasa atau barang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Candra (2011) terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: kehandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik.

Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas layanan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2017), faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi / pendapat terhadap layanan (*perceived service*). Apabila persepsi pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan bersangkutan akan dinilai baik dan positif.

Karena menurut Nuraeni *et al.* (2020), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau membiayai kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, terlepas dari pengaruh situasional dan kemungkinan upaya pemasaran.

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi untuk menyempurnakan kualitas, organisasi bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan (Wolkins, dikutip dalam Saleh, 2020).

Kualitas pelayanan seringkali diukur berdasarkan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang dirasakan (Afandi *et al.*, 2021). Indikator atau dimensi yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan kapal meliputi: 1) Keandalan layanan: Kemampuan kapal dalam memberikan layanan sesuai janji, seperti perjalanan yang aman dan sesuai standar operasional; 2) Daya tanggap awak kapal: Kesiapan awak kapal dalam membantu penumpang, memberikan informasi, serta menangani keluhan selama perjalanan; 3) Jaminan keamanan: Tingkat rasa aman dan kepercayaan yang dirasakan penumpang terhadap layanan, termasuk kompetensi awak kapal dan sistem keselamatan; 4) Empati: Perhatian dan kepedulian awak kapal terhadap kebutuhan penumpang, termasuk sikap ramah dan pelayanan yang humanis (Rachman *et al.*, 2025).

Kepuasan dan Loyalitas

Loyalitas konsumen terbentuk melalui kepuasan yang terus-menerus dan harapan yang dipenuhi oleh perusahaan penyedia jasa transportasi. Sebagai contoh, Armada Bus Sekolah. Penelitian Setyawan *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang yang berimplikasi perlu menekankan adanya perbaikan pada kepuasan penumpang terkait indikator komunikasi, pilihan utama, rasa senang, dan keluhan untuk meningkatkan loyalitas penumpang.

Keberhasilan suatu perusahaan jasa ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan. Menurut (Pramana, 2018) loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis. Dengan berhasilnya membangun loyalitas pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakpastian seperti saat ini.

Loyalitas pengguna mengacu pada kecenderungan penumpang untuk kembali menggunakan layanan kapal yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain, serta tidak mudah beralih ke penyedia jasa lain meskipun terdapat alternatif yang tersedia. Loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan sesaat, tetapi juga oleh pengalaman keseluruhan yang dirasakan selama menggunakan layanan (Wang & Ahn, 2025).

Metode Penelitian (Methodology)

a). Metode dan Obyek Penelitian

Berkaitan dengan judul yang dikemukakan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang

telah diterapkan (Sugiyono, 2016).

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

b). Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Konsep	Dimensi
Kenyamanan (X ₁)	Kenyamanan konsumen adalah kondisi di mana pelanggan merasakan kemudahan akses, kelancaran proses pelayanan, serta suasana yang mendukung selama berinteraksi dengan penyedia jasa. (Tjiptono, 2017)	Kenyamanan Lingkungan Fisik
		Kenyamanan Interaksi
		Kenyamanan Proses
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2016)	Reliability (Kehandalan)
		Responsiveness (Daya tanggap)
		Assurance (Jaminan)
		Empathy (Perhatian)
		Tangible (Bukti fisik)
Kepuasan (X ₃)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. (Kotler & Keller)	Kesesuaian Harapan (Expectation Confirmation)
		Minat Berkunjung/Menggunakan Kembali (Repurchase Intention)
		Kesediaan Merekomendasikan (Willingness to Recommend)
Loyalitas (Y)	Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten terhadap suatu produk atau jasa di masa depan. (Griffin, 2017)	Melakukan Pembelian Ulang (Repeat Purchase)
		Membeli Lini Produk/Jasa Lain (Cross Buying)
		Merekomendasikan kepada Orang (Referrals)
		Tidak Mudah Berpindah (Retention/Resistance to Switch)

c). Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2016) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive sampling* digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak), maka dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2016), sehingga diperoleh sejumlah 97 orang siswa yang menggunakan Bus Sekolah di Kabupaten Bireuen.

d). Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian asosiatif kuantitatif dilakukan secara statistic dengan analisi jalur.

Metode asosiatif merupakan metode yang dimaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Hasil penelitian dari kuantitatif dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk mencari tahu nilai pengaruh atau hubungan antar variabel lebih bermakna dan tidak hanya sekedar angka-angka statistik yang ditampilkan (Marwan, et al., 2025).

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linear ganda, teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel eksogen terhadap variabel endogen (Marwan, et al., 2023; Basuki & Prawoto, 2017).

Hasil dan Pembahasan (Results and Discussion)

a). Hasil Analisis Jalur

(1) Uji Model Secara Simultan

Data penelitian terhadap 97 orang siswa di Kabupaten Bireuen dengan instrument yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil data hasil penskalaan dalam skala interval ditunjukkan dalam lampiran penelitian. Dalam penelitian ini model analisis dengan analisis jalur yang menentukan pengaruh variabel kenyamanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas siswa. Adapun pembuktian hipotesis secara simultan (keseluruhan) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2 Uji Model Analisis Secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	78.529	3	26.176	9.994	.000 ^a
Residual	2422.377	93	26.330		
Total	2500.906	96			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kenyamanan, Komunikasi Internal

b. Dependent Variable: Loyalitas Siswa

Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 9,994 sementara nilai F_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 97 orang pada tingkat signifikansi (α) = 5% yaitu sebesar 2,20. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Dapat disimpulkan bahwa probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti bahwa variabel kenyamanan (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas siswa (Y) dalam penggunaan Bus Sekolah Di Kabupaten Bireuen.

(2) Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Langkah selanjutnya, dilakukan pengujian hipotesis dalam permasalahan penelitian ini kemudian dilanjutkan dengan menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung. Pertama dilakukan taksiran nilai kausalitas antar variabel eksogen (X_1 , X_2 , X_3) yang hasilnya disajikan dalam lampiran penelitian.

Tabel 3. Hubungan Kausal Antar Variabel Bebas (Eksogenus)

		Kenyamanan	Kualitas Pelayanan	Kepuasan
Kenyamanan	Pearson Correlation	1	.543**	.419
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	97	97	97
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.543**	1	.390**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	97	97	97

Dari tabel 3 hubungan kausal antar variabel bebas (Eksogenus) diketahui hubungan antar variabel dinyatakan bahwa, ada hubungan kausal antar variabel kenyamanan dan kualitas pelayanan dengan kategori sedang yakni sebesar 0,543. Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan sebesar 0,390 yakni cukup, dan hubungan kepuasan dengan kenyamanan sebesar 0,419 masuk kategori moderat.

Sedangkan nilai koefisien jalur antar variabel eksogen terhadap endogen dengan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. Taksiran Koefisien Jalur

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Jalur (Constant)	26.234	5.192		5.053	.000
Kenyamanan	.317	.114	.337	3.028	.000
Kualitas pelayanan	.581	.180	.538	4.004	.000
Kepuasan	.479	.112	.484	3.600	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Siswa

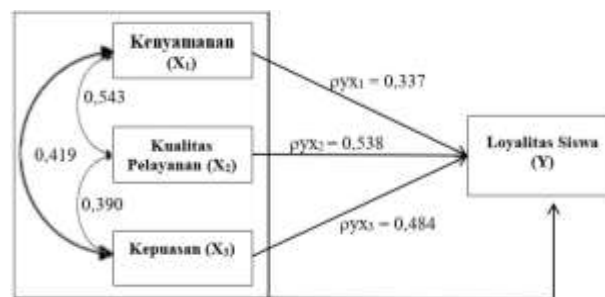
Berdasarkan tabel 4. terdapat hubungan antar variabel eksogen (kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepuasan). Sedangkan dalam tabel 4. diketahui nilai taksiran koefisien jalurnya, sehingga dapat dijelaskan bahwa taksiran koefisien jalur sebagai berikut:

Hasil koefisien jalurnya $\rho_{yx1} = 0,337$ hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,028 sedangkan t_{tabel} pada taraf uji 5% adalah 1,98. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,028 > 1,98$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah Di Kabupaten Bireuen pada taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$.

Koefisien jalurnya $\rho_{yx2} = 0,538$ hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan nilai t_{hitung} 4,004 sedangkan t_{tabel} pada taraf uji 5% adalah 1,98. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,004 > 1,98$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah Di Kabupaten Bireuen pada taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$.

Dan koefisien jalurnya $\rho_{yx3} = 0,484$ hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,600 sedangkan t_{tabel} pada taraf uji 5% adalah 1,98. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,600 > 1,98$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah Di Kabupaten Bireuen pada taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$.

Sehingga model struktural antar variabel dinyatakan berikut:



Gambar 1. Diagram Jalur Penelitian

b). Pembahasan

(1). Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Siswa

Terdapat pengaruh langsung kenyamanan terhadap loyalitas siswa yang dinyatakan dengan besaran koefisien jalur ($\rho_{yx1} = 0,337$), Sehingga besarnya pengaruh langsung ini adalah: $(0,337)^2 \times 100\% = 11,35\%$. Dan pengaruh tidak langsung kenyamanan melalui kualitas pelayanan terhadap loyalitas siswa sebesar $(0,337)(0,543)(0,538) \times 100\% = 14,18\%$, serta melalui kepuasan sebesar $(0,337)(0,419)(0,484) \times 100\% = 12,4\%$. Sehingga pengaruh total kenyamanan terhadap loyalitas siswa, sebesar 37,93%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna. Dengan demikian, kenyamanan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk loyalitas pengguna Bus. Maka semakin baik kinerja pelayanan yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakan kembali layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, dan menjadikan layanan tersebut sebagai pilihan transportasi pada masa mendatang (Siregar, *et al.*, 2026).

Penelitian terdahulu Herlambang (2013) menunjukkan bahwa kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna. Dan penelitian Sinuraya (2023) menemukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Metro Deli.

(2). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Siswa

Besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas siswa, dinyatakan dengan besaran koefisien jalur ($\rho_{yx2} = 0,538$), Sehingga besarnya pengaruh langsung ini adalah: $(0,538)^2 \times 100\% = 28,94\%$. Sedangkan pengaruh tak langsung kualitas pelayanan melalui kenyamanan terhadap loyalitas siswa sebesar $(0,538)(0,543)(0,337) \times 100\% = 14,18\%$, dan melalui kepuasan sebesar $(0,538)(0,419)(0,484) \times 100\% = 14,41\%$. Sehingga pengaruh total kualitas pelayanan sebesar 57,53%.

(3). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Siswa

Besarnya pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas siswa, dinyatakan dengan besaran koefisien jalur ($\rho_{yx3} = 0,484$), Sehingga besarnya pengaruh langsung ini adalah: $(0,484)^2 \times 100\% = 23,42\%$. Sedangkan pengaruh tak langsung kepuasan terhadap loyalitas siswa melalui kenyamanan sebesar $(0,484)(0,390)(0,337) \times 100\% = 12,11\%$, dan melalui kualitas pelayanan sebesar $(0,484)(0,543)(0,538) \times 100\% = 15,65\%$. Sehingga pengaruh total kepuasan terhadap loyalitas siswa sebesar 51,18%.

Hasil ini, didukung penelitian Nur Zaeni, Neng Sri Komala (2026) yang menemukan kepuasan penumpang berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi laut. Kepuasan penumpang mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan oleh perusahaan pelayaran mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi penumpang. Kepuasan ini bersifat subjektif dan dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya (Jumawan & Susanto, 2022).

(4). Pengaruh Simultan

Melalui nilai koefisien regresi, sebesar 0,777 menjelaskan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, memiliki keeratan, dan berhubungan secara linier, dengan derajat hubungannya sebesar 0,777 (Tabel 6).

Tabel 6. Koeffisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Jalur	.777 ^a	.631	.157	1.131

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas pelayanan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Siswa

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,631 menjelaskan bahwa kontribusi faktor kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah di Kabupaten Bireuen sebesar 63,1%. Sementara sisanya (nilai residu) dari peran variabel yang tidak diteliti sebesar 36,9%. Nilai residu tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas siswa seperti keamanan dan keselamatan, ketepatan waktu, aksesibilitas (kemudahan akses) dan lain-lain.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat menarik kesimpulan berikut ini:

- 1) Hasil analisis data, membuktikan terdapat pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah di Kabupaten Bireuen yakni sebesar 37,93%. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus sebesar 57,53%. Dan Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus sebesar 51,18%.
- 2) Hasil analisis data, membuktikan secara simultan kenyamanan, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas siswa dalam penggunaan Bus Sekolah Di Kabupaten Bireuen. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 9,994 sementara nilai F_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 96 orang pada tingkat signifikansi (α) = 5% yaitu sebesar 2,20.
- 3) Hasil analisis data terdapat hubungan kausal antar variabel kenyamanan dan kualitas pelayanan sebesar 0,543 hubungan kausal antar variabel kualitas pelayanan dan kepuasan sebesar 0,390 dan hubungan kausal antar variabel kepuasan dan kenyamanan sebesar 0,419.

Daftar Pustaka (References)

- 1) Afandi, A., Untung, S., Marina, S., & Majid, S. A. (2021). The Influence of Ship Service Quality and Loading-Unloading Productivity on Port Performance and Its Implications for Customer Satisfaction (Study on Cigading II Terminal). *Advances in Transportation and Logistics Research*, 4, 150–165. Danang Sunyoto. 2018. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika. Bandung.
- 2) Basuki, A., & Prawoto, N. (2022). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (dilengkapi aplikasi SPSS dan Eviews)*. Rajawali Pers.
- 3) Bona Fahma Siregar, M. Ridwan Anas, Gina Cynthia R. Hasibuan (2026). Pengaruh Kinerja Pelayanan Bus Trans Medan terhadap Loyalitas Pengguna, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 11(6), 5044-5063

- 4) Herlambang, H. (2013). Influence Of Service Quality Check And Customer Loyalty City, Ferdiansyah Pratama Putra Setyawan, Ni Wayan Sri Ariyani et al. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Penumpang dengan Metode CB-SEM pada PT. Mansion Trans. (2025). *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(3), 41-50. <https://doi.org/10.2238/zhzmzw08>
- 5) Jumawan, J., & Susanto, P. C. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara. *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 19(2), 45–52.
- 6) Nur Zaeni, Neng Sri Komala (2026). Determinasi Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Laut: Analisis Kualitas Pelayanan Kapal, Ketepatan Waktu, Fasilitas Pelabuhan dan Kepuasan Penumpang, *JIMT* Vol. 7, No. 4, Maret - April 2026.
- 7) Marwan, Win Konadi, Alfi Syahrin, Kamaruddin, Rahmat (2023). *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method dilengkapi analisis data dengan SPSS*, Banda Aceh: Bandar Publishing. ISBN: 978-623-449-205-7
- 8) Marwan, Afkar, Alfi Syahrin, Sari Rizki, Rudy Juli Saputra, Win Konadi (2025). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan di Lengkapi dengan Aplikasi SPSS dan E-Views*, Banda Aceh: Penerbit Bandar Publishing
- 9) Nuraeni, et al. (2020). *Customer Loyalty Theory and Commitment Behavior*.
- 10) Philip Kotler. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- 11) Pramana Cipta (2021). *Dasar Ilmu Manajemen*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- 12) Rachman, S., B, J. A. S., Susanto, P. C., & Mustika, I. (2025). Determination of employee performance: Analysis of training, work motivation, transformational leadership and organizational culture. *Annals of Human Resource Management Research*, 5(2), 381–394. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v5i2.2998>
- 13) Richard L. Oliver (1999). Whence Consumer Loyalty, *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- 14) Sinuraya, S. (2023). Loyalitas Penumpang (Studi Kasus: Trans Metro Deli), *Tesis Studi Program Magister Teknik Sipil Universitas Sumatera Utara*
- 15) Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- 16) Tjiptono, Fandy (2020). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- 17) Tjiptono dan Chandra (2016). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset. Yogyakarta.
- 18) Tjiptono, F & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- 19) Wang, C., & Ahn, Y. (2025). The Impact of Parcel Delivery Service Quality on Customer Loyalty: Focusing on the Chinese Parcel Industry. *Mullyu Haghoeji*, 35(3), 179–192. <https://doi.org/10.17825/klr.2025.35.3.179>