



## INTISARI

Latar belakang dari penelitian ini adalah penurunan jumlah penumpang Bus Trans Jogja akibat COVID-19, yang sampai dengan saat ini masih belum kembali seperti semula. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur tingkat loyalitas pengguna Bus Trans Jogja dan untuk memahami kemampuan pengguna Bus Trans Jogja dalam mempertahankan loyalitas pengguna. Selain itu, penelitian ini bertujuan menganalisis dampak faktor sosiodemografi dan frekuensi penggunaan Bus Trans Jogja sebelum dan sesudah COVID-19 terhadap tingkat loyalitas pengguna.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan survei kuesioner terhadap penumpang yang sedang menggunakan Bus Trans Jogja (*on bus survey*). Dari total 556 responden yang disurvei, didapatkan 457 data valid yang digunakan pada analisis dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Rasch dan ANOVA. Model Rasch digunakan untuk menganalisis tingkat loyalitas pengguna sedangkan ANOVA digunakan dalam analisis loyalitas terhadap sosiodemografi dan frekuensi penggunaan Bus Trans Jogja sebelum dan sesudah COVID-19.

Analisis menggunakan Rasch Model menghasilkan nilai statistik yang menunjukkan tingkat konsistensi dan keandalan yang baik baik pada tingkat individu maupun item. Loyalitas pengguna Bus Trans Jogja ternyata cukup tinggi, berkisar antara 89,51 hingga 100% responden loyal, meskipun terdapat beberapa faktor yang berpotensi dapat mempengaruhi loyalitas mereka. Beberapa faktor seperti ketidaktersedian mobil dan sepeda motor, pandangan masyarakat, tingkat kenyamanan, kebersihan, dan harga tiket menunjukkan dampak positif terhadap loyalitas. Sementara itu, kondisi armada, usia bus, keamanan di dalam bus, kemudahan akses, nilai keuntungan, dan ketepatan waktu berpotensi menurunkan loyalitas pengguna. Analisis ANOVA menunjukkan adanya perubahan frekuensi dan tingkat loyalitas pengguna Bus Trans Jogja sebelum dan sesudah COVID-19. Hasil lain menunjukkan bahwa faktor sosiodemografi, terutama kepemilikan sepeda motor, signifikan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas. Pengguna yang memiliki sepeda motor menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi, sekitar 19,69% dari total responden, dan dapat diidentifikasi sebagai *choice user*, bukan termasuk *spurious loyalty*.

**Kata kunci:** Loyalitas, Bus Trans Jogja, COVID-19, Sosiodemografi, Rasch Model



## ***ABSTRACT***

The research background is the decrease in the number of passengers on the Trans Jogja Bus due to COVID-19, which has not yet returned to pre-pandemic levels. This study aims to measure the level of user loyalty to the Trans Jogja Bus and understand the users' capability to maintain loyalty. Additionally, the research aims to analyze the impact of sociodemographic factors and the frequency of Trans Jogja Bus usage before and after COVID-19 on loyalty.

Data for this study were collected through a questionnaire survey of passengers using the Trans Jogja Bus (on-bus survey). Out of 556 respondents surveyed, 457 valid data were used in the analysis. The data analysis methods employed in this study were the Rasch Model and ANOVA. The Rasch Model was used to analyze the level of user loyalty, while ANOVA was used to analyze loyalty concerning sociodemographic factors and the frequency of Trans Jogja Bus usage before and after COVID-19.

The analysis using the Rasch Model produced statistical values indicating a high level of consistency and reliability at both individual and item levels. User loyalty to the Trans Jogja Bus was found to be relatively high, ranging from 89.51% to 100%, despite potential factors that could influence their loyalty. Factors such as the unavailability of cars and motorcycles, public perception, comfort level, cleanliness, and ticket prices showed a positive impact on loyalty. Meanwhile, fleet conditions, bus age, safety on board, ease of access, value for money, and punctuality had the potential to decrease user loyalty. ANOVA analysis revealed changes in the frequency and level of user loyalty to the Trans Jogja Bus before and after COVID-19. Other results indicated that sociodemographic factors, particularly motorcycle ownership, significantly influenced the level of loyalty. Users with motorcycles demonstrated higher loyalty levels, around 19.69% of total respondents, and could be identified as choice users, excluding spurious loyalty.

**Keywords:** Loyalty, Bus Trans Jogja, COVID-19, Sociodemography, Rasch Model