

*Light Rail Transit* (LRT) Jabodebek merupakan layanan transportasi di wilayah Jabodebek (Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi) yang memiliki 18 stasiun yang terkoneksi. Transportasi LRT Jabodebek memperoleh beragam sentimen dari media sosial, baik sentimen positif maupun negatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa ada keluhan dari pengguna terkait dengan kualitas layanan LRT Jabodebek yang masih belum memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kualitas layanan yang disediakan oleh LRT Jabodebek dan tingkat kepuasan pengguna. Kualitas layanan dinilai melalui lima dimensi, yaitu daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan keandalan. Pertanyaan penelitian berfokus pada memahami kinerja kualitas layanan yang diberikan oleh LRT Jabodebek terhadap persepsi kualitas pelayanan para pelanggan yang menggunakan jasanya dan atribut layanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan pendekatan model Kano.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari pengguna LRT Jabodebek. Temuan penelitian ini memberikan wawasan tentang atribut layanan yang penting bagi pengguna LRT Jabodebek dan perlu ditingkatkan. Proporsi atribut *one dimensional quality* (O) mendominasi kualitas layanan LRT Jabodebek diperlukan peningkatan kinerja atribut-atribut untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Penerapan model Kano mengidentifikasi atribut layanan yang krusial bagi kepuasan pelanggan dan dapat diprioritaskan untuk peningkatan layanan. Berdasarkan pemeringkatan yang menunjukkan pentingnya peningkatan kepuasan konsumen dan penurunan ketidakpuasan konsumen, didominasi oleh atribut bukti fisik, empati dan jaminan. Temuan penelitian ini dapat menginformasikan pembuat kebijakan dan penyedia layanan dalam mengembangkan strategi untuk mengatasi kualitas layanan yang teridentifikasi dan meningkatkan kualitas keseluruhan layanan LRT Jabodebek.

**Kata Kunci:** *Kualitas Layanan, Model Kano, Light Rail Transit (LRT) Jabodebek, Layanan Transportasi, Kepuasan Pelanggan*

## **ABSTRACT**

Light Rail Transit (LRT) Jabodebek is a transportation service operating in the Jabodebek area (Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi), comprising 18 interconnected stations. The LRT Jabodebek has garnered diverse sentiments on social media, encompassing both positive and negative feedback. These findings indicate that there are complaints from users regarding the suboptimal quality of the LRT Jabodebek services. This research aims to understand the quality of services provided by LRT Jabodebek and the level of user satisfaction. Service quality is evaluated through five dimensions: responsiveness, assurance, tangibles, empathy, and reliability. The research questions focus on understanding the service quality performance delivered by LRT Jabodebek, the perception of service quality from the perspective of the customers, and the service attributes that need improvement to enhance customer satisfaction based on the Kano model approach.

This study adopts a quantitative research approach, employing a survey method to collect data from LRT Jabodebek users. The findings offer insights into the service attributes that are important to LRT Jabodebek users and require enhancement. The proportion of one-dimensional quality attributes (O) predominates in the service quality of LRT Jabodebek, necessitating the improvement of these attributes to enhance overall user satisfaction. The application of the Kano model identifies crucial service attributes for customer satisfaction that should be prioritized for service enhancement. The rankings, which highlight the importance of increasing consumer satisfaction and reducing dissatisfaction, are dominated by attributes such as tangibles, empathy, and assurance. These research findings can inform policymakers and service providers in developing strategies to address the identified service quality issues and improve the overall quality of LRT Jabodebek services.

*Keywords: Service Quality, Kano Model, Light Rail Transit (LRT) Jabodebek, Transportation services, Customer satisfaction*