UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
INTISARI ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 7
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.5.1 Manfaat Praktis 8
1.5.2 Manfaat Teoritis 9
1.6 Ruang Lingkup Penelitian 10
1.7 Sistematika Penulisan 10
BAB II LANDASAN TEORI **11**
2.1 Tinjauan Pustaka 11
2.1.1 Persepsi Kualitas Layanan dan Delapan Dimensinya 13
2.1.1.1 Definisi dan Konsep Persepsi Kualitas 13
2.1.1.2 Keandalan 15
2.1.1.3 Aksesibilitas 15
2.1.1.4 Layanan Tiket 16
2.1.1.5 Layanan Personal 16
2.1.1.6 Jadwal Operasional 17

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.1.7 Keselamatan dan Keamanan 17
2.1.1.8 Kenyamanan 17
2.1.1.9 Layanan Informasi 18
2.1.2 Persepsi Nilai 19
2.1.3 Kepuasan Pelanggan 19
2.1.4 Loyalitas Pelanggan 20
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu 21
2.3 Pengembangan Hipotesis 26
2.3.1 Pengaruh Dimensi Persepsi Kualitas pada Persepsi Nilai (H1a-H1h) 26
2.3.2 Pengaruh Dimensi Persepsi Kualitas pada Kepuasan Pelanggan (H2a-H2h) 29
2.3.3 Pengaruh Persepsi Nilai pada Kepuasan Pelanggan (H3) 31
2.3.4 Pengaruh Persepsi Nilai pada Loyalitas Pelanggan (H4) 33
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan (H5) 34
2.4 Model Penelitian 34
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 38
3.2 Populasi dan Sampel 39
3.2.1 Populasi 39
3.2.2 Sampel dan Teknik Sampling 40
3.3 Teknik Pengumpulan Data 41
3.3.1 Jenis Data 41
3.3.2 Instrumen Pengumpulan Data 41
3.3.3 Prosedur Pengumpulan Data 42
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran 42
3.5 Metode Analisis Data 45
3.5.1 Evaluasi Metode Pengukuran 45
3.5.1.1 Uji Validitas Konvergen 45
3.5.1.2 Uji Reliabilitas 46
3.5.1.3 Uji validitas Diskriminan 47
3.5.2 Statistik Deskriptif 48

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.5.3 Evaluasi *Goodness of Fit Model* 48
3.5.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)..... 49
3.5.4.1 Uji Kolinearitas (VIF)..... 49
3.5.4.2 Koefisien Determinasi 49
3.5.4.3 *Effect Size*..... 50
3.5.4.4 Relevansi Prediktif 50
3.5.5 Pengujian Hipotesis 50
3.6 Uji Instrumen 51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 52
4.1 Deskripsi Data..... 52
4.1.1 Hasil Pengumpulan Kuesioner 52
4.1.2 Karakteristik Responden..... 53
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)..... 56
4.2.1 Uji Validitas Konvergen 56
4.2.2 Uji Reliabilitas..... 59
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan 60
4.3 Statistik Deskriptif 62
4.4 Evaluasi Goodness of Fit Model..... 63
4.5 Evaluasi Model Struktural *(Inner Model)* 64
4.5.1 Uji Kolinearitas (VIF) 65
4.5.2 Koefisien Determinasi (*R-Square*) 66
4.5.3 Relevansi Prediktif (*Q-Square Predict*)..... 67
4.5.4 Kualitas Layanan sebagai Konstruk Multidimensi 68
4.6 Uji Hipotesis 69
4.6.1 Uji Hipotesis antar Variabel..... 70
4.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis..... 72
4.7.1 Pengaruh Dimensi Persepsi Kualitas pada Persepsi Nilai (H1a-H1h) 72
4.7.2 Pengaruh Dimensi Persepsi Kualitas pada Kepuasan Pelanggan..... 77
4.7.3 Pengaruh Persepsi Nilai pada Kepuasan Pelanggan (H3) 82
4.7.4 Pengaruh Persepsi Nilai pada Loyalitas Pelanggan (H4) 83
4.7.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan (H5)..... 84

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 85
5.1 Kesimpulan 85
5.2 Implikasi Penelitian 86
5.2.1 Implikasi Praktis 86
5.2.2 Implikasi Teoritis 89
5.3 Keterbatasan Penelitian 90
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya 91
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN 97

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Pelanggan Compartment Suite Class PT KAI 3
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu 23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran 43
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Kuesioner 53
Tabel 4.2 Karakteristik Demografis Responden 53
Tabel 4.3 Hasil Uji *Outer Loading* 56
Tabel 4.4 *Average Variance Extracted* (AVE) 58
Tabel 4.5 *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* 59
Tabel 4.6 Fornell-Larcker Criterion 60
Tabel 4.7 HTMT *Criterion* 61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif 62
Tabel 4.9 Pengujian *Goodness of Fit Model* 64
Tabel 4.10 Uji Kolinearitas (VIF) 65
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (*R-Square*) 66
Tabel 4.12 Hasil *PLSpredict* pada Level Konstruk 67
Tabel 4.13 *Effect Size* (*f-Square*) Model Struktural 69
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis 71

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Melalui Persepsi nilai dan Kepuasan: Studi pada Layanan Compartment Suite Class PT Kereta Api Indonesia (Persero)
DEVI YULIANTO RHAHMADI, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Volume Pelanggan Kereta Jarak Jauh Tahun 2022-2025..... 2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual PSI Model 22
Gambar 2.2 Model Jalur Kausal SQ → PV → CS → CL 22
Gambar 2.3 Model Penelitian..... 36
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Model Penelitian 70