

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Profil Perusahaan

Jackal Holidays adalah perusahaan jasa transportasi dan pariwisata yang didirikan pada tahun 1988 dengan moto "*The Best in Traveling Services*". Perusahaan ini telah membangun reputasi sebagai penyedia layanan transportasi terlengkap dan terpercaya di Indonesia, dengan fokus utama pada kenyamanan pelanggan dalam setiap perjalanan.

Sejak didirikan, Jackal Holidays terus mengembangkan armadanya dengan berbagai jenis kendaraan untuk memenuhi beragam kebutuhan pelanggan. Armada mereka mencakup *Small Luxury Coach* (Hyundai H-1 dan Hiace Commuter), *Microbus* (Isuzu Elf, Hino Dutro, Mitsubishi Coster), *Medium Bus* Mercedes Benz, hingga *Big Bus* Mercedes Benz. Setiap kendaraan dilengkapi dengan fasilitas modern seperti LED TV, Individual AC Louver, sistem audio lengkap, GPS, WiFi, dan berbagai fasilitas kenyamanan lainnya.

Pada tahun 2017, Jackal Holidays melakukan ekspansi bisnis dengan meluncurkan Jackal Holidays Luxury Shuttle, layanan transportasi premium yang mengoperasikan armada Toyota Hi-Ace Commuter untuk rute Bandung-Jakarta dan Bandara Soekarno Hatta. Selain itu, perusahaan juga mengembangkan divisi Jackal Holidays *Inbound Tour* yang fokus melayani wisatawan mancanegara untuk menjelajahi destinasi wisata di Jawa, Bali, Lombok, dan Sumatera dengan didukung oleh pengemudi profesional yang fasih berbahasa asing.

Jackal Holidays telah memposisikan dirinya sebagai pemain utama dalam industri transportasi dan pariwisata Indonesia, dengan model bisnis yang menggabungkan layanan transportasi berkualitas, paket wisata komprehensif, dan pendekatan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Keberhasilan perusahaan ini menunjukkan kemampuannya dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pasar pariwisata yang terus berkembang.



Gambar 1.1 Logo Jackal Holidays

Sumber: Jackal Holidays (2025)

<https://www.jackalholidays.com>

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi dari Jackal Holidays Shuttle adalah sebagai berikut:

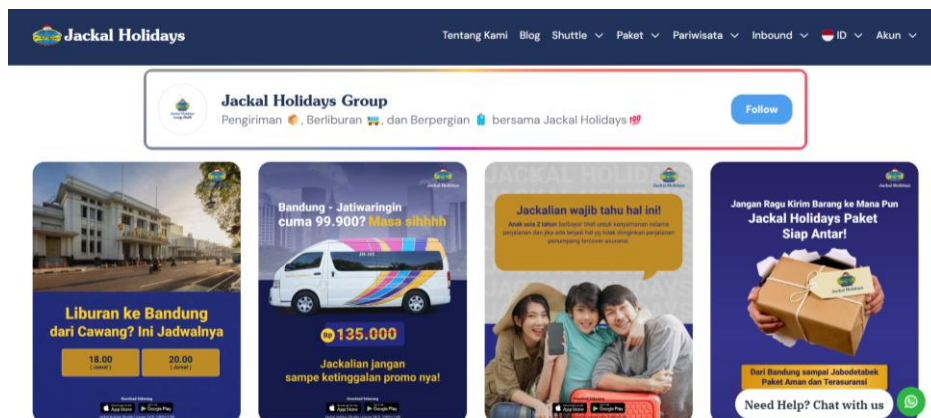
a) Visi:

"Menjadi perusahaan jasa transportasi dan pariwisata terdepan di Indonesia yang mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan melalui layanan berkualitas premium."

b) Misi:

"Menyediakan layanan transportasi dan pariwisata yang komprehensif dengan standar pelayanan tertinggi, didukung armada modern dan *crew* profesional untuk menciptakan pengalaman perjalanan tak terlupakan bagi setiap pelanggan."

1.1.3 Tampilan Jackal Holidays dalam Website



Gambar 1.2 Tampilan Website Jackal Holidays

Sumber: Jackal Holidays (2025)

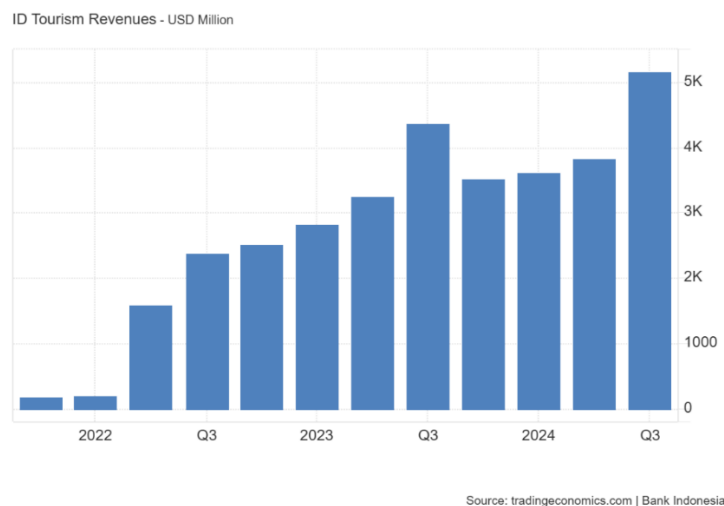
<https://www.jackalholidays.com>

Website Jackal Holidays dapat diakses pada <https://shuttle.jackalholidays.com/> dengan adanya website tersebut konsumen jadi lebih mudah untuk melakukan pemesanan tiket dari manapun dan kapanpun.

1.2 Latar Belakang

Saat ini, sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor unggulan yang mampu mendorong perekonomian Indonesia. Pariwisata juga merupakan salah satu sumber pendapatan nasional terbesar, dengan kontribusi signifikan terhadap devisa negara, pembukaan lapangan kerja, dan promosi budaya Indonesia ke dunia internasional. Seiring dengan perkembangan sektor ini, permintaan akan layanan transportasi yang praktis dan efisien pun meningkat, karena aksesibilitas menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung aktivitas wisata.

Dikutip dari Trading Economics, hasil survei mengenai pendapatan devisa pariwisata Indonesia dari tahun 2022 hingga kuartal ketiga 2024 dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Pendapatan Devisa Pariwisata

Sumber: Trading Economics (2025)

<https://tradingeconomics.com/indonesia/tourism-revenues>

Gambar 1.3 menunjukkan tren pendapatan devisa pariwisata Indonesia dari tahun 2022 hingga kuartal ketiga 2024 yang mencerminkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Data menunjukkan peningkatan dramatis dari sekitar 200 juta USD pada awal 2022 hingga mencapai puncaknya sekitar 5.000 juta USD pada Q3

2024. Pertumbuhan yang luar biasa ini mengindikasikan pemulihan yang kuat dalam industri pariwisata dan menciptakan peluang besar bagi penyedia layanan transportasi untuk berkembang. Sejalan dengan peningkatan ini, kebutuhan akan layanan transportasi yang mendukung aktivitas pariwisata juga semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat Tamin dalam Al Abror & Manullang (2019) yang menyebutkan bahwa kebutuhan terhadap fasilitas dan infrastruktur transportasi akan terus bertambah seiring dengan meningkatnya aktivitas kota, termasuk di dalamnya aktivitas pariwisata dan pergerakan manusia antar wilayah.

Transportasi merujuk pada aktivitas perpindahan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Seiring dengan perkembangan sektor pariwisata di Indonesia, kebutuhan akan moda transportasi yang efisien dan nyaman semakin meningkat. Travel merupakan salah satu moda transportasi yang diminati karena menawarkan fleksibilitas dan kenyamanan lebih dibandingkan moda lain seperti kereta atau bus. Menurut Warman et al. (2014), faktor utama yang memengaruhi pemilihan *minibus* travel Jakarta-Bandung adalah kenyamanan, kecepatan, dan waktu tempuh. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dalam memilih transportasi didasarkan pada efisiensi perjalanan serta kemudahan akses yang diberikan. Selain itu, tren digitalisasi dalam industri transportasi telah meningkatkan daya tarik biro perjalanan yang menyediakan layanan berkualitas dan dapat diakses melalui *platform digital*.

Sebagai salah satu bentuk layanan transportasi yang banyak digunakan, travel memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari moda transportasi lainnya. Menurut Ariuz (2019), Biro Perjalanan Wisata (BPW) adalah sebuah bisnis yang mengelola perjalanan para wisatawan, termasuk semua perlengkapan yang diperlukan untuk perjalanan, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Salah satu layanan yang umumnya ditawarkan oleh BPW adalah layanan transportasi antar kota. Jasa transportasi antar kota ini sering dipilih sebagai alternatif dibandingkan moda lain seperti kereta atau bus karena memberikan layanan *door-to-door*, di mana penumpang dapat dijemput dan diantar langsung ke lokasi tujuan tanpa perlu datang ke terminal atau stasiun. Selain itu, layanan ini menawarkan jadwal keberangkatan yang fleksibel, metode pembayaran yang lebih praktis, serta harga

yang kompetitif, bahkan sering kali dilengkapi dengan fasilitas tambahan seperti *snack box*.

Sejalan dengan meningkatnya jumlah perjalanan wisatawan domestik di seluruh Indonesia, Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai destinasi utama kedua terbanyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara pada tahun 2024, dengan total perjalanan mencapai 167,40 juta perjalanan. Data tersebut divisualisasikan dalam Gambar 1.4 yang berikut.



Gambar 1.4 Provinsi Tujuan Wisatawan Nusantara Terbanyak Tahun 2024

Sumber: Kementerian Pariwisata (2025)

Dari keseluruhan perjalanan tersebut, Kota Bandung menempati posisi sebagai kota dengan jumlah wisatawan nusantara tertinggi di Provinsi Jawa Barat, yaitu sebanyak 7.031.949 orang pada tahun 2024. Data ini tercermin dalam jumlah pengunjung wisatawan di sejumlah kabupaten/kota di Jawa Barat, sebagaimana disajikan dalam Gambar 1.5 berikut.

nama_provinsi	nama_kabupaten_kota	jenis_wisatawan	jumlah_pengunjung	satuan	tahun
Filter	Filter	Filter	Cari	Filter	1 Filter
JAWA BARAT	KOTA BANDUNG	NUSANTARA	7031949	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN KARAWANG	NUSANTARA	6158813	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN BOGOR	NUSANTARA	5982148	ORANG	2024
JAWA BARAT	KOTA BOGOR	NUSANTARA	5070570	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN BANDUNG	NUSANTARA	4013313	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN KUNINGAN	NUSANTARA	3485278	ORANG	2024
JAWA BARAT	KOTA DEPOK	NUSANTARA	3428855	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN PANGANDARAN	NUSANTARA	3294137	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN BANDUNG BARAT	NUSANTARA	3071710	ORANG	2024
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	NUSANTARA	2739806	ORANG	2024

Gambar 1.5 Wisatawan di Kabupaten/Kota Jawa Barat Tahun 2024

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat (2025)

Data ini menguatkan posisi Kota Bandung sebagai destinasi wisata utama di Jawa Barat. Hal tersebut diperkuat oleh berbagai daya tarik wisata yang beragam, mulai dari keindahan alam, situs bersejarah, budaya, hingga kuliner. Tingginya angka kunjungan secara langsung meningkatkan permintaan akan moda transportasi yang efisien dan fleksibel. Dalam keadaan ini, layanan travel menjadi salah satu pilihan utama masyarakat guna memenuhi kebutuhan perjalanan antar kota.

Dalam rangka mendukung meningkatnya mobilitas wisatawan di Kota Bandung, berbagai penyedia jasa travel hadir untuk memenuhi kebutuhan transportasi antar kota. Salah satunya adalah Jackal Holidays, perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1988 dan dikenal sebagai salah satu penyedia layanan travel tertua dan paling berpengalaman di Kota Bandung. Perusahaan ini menawarkan layanan travel reguler antar kota sekaligus jasa pariwisata, serta memiliki jaringan operasional yang cukup luas di wilayah Bandung dan sekitarnya. Salah satu lokasi operasional perusahaan berada di Jalan Dipati Ukur No.89, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.

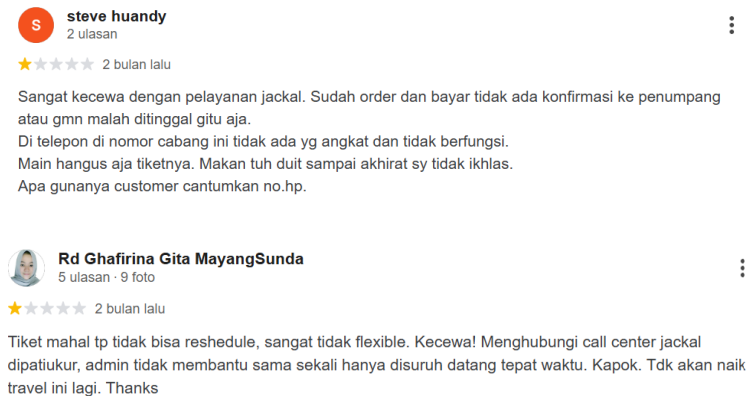
Tabel 1.1 Perbandingan Rating Google Perusahaan Shuttle di Kota Bandung

No	Nama Perusahaan Shuttle	Rating Google	Jumlah Ulasan	Tahun Berdiri	Lokasi Pool di Bandung	Sumber
1	Jackal Holidays	3,8	1.266	1988	Dipati Ukur	<i>Google Business Profile</i> Jackal Holidays Luxury Shuttle (DU 89)
2	DayTrans	4,4	3.140	2009	Dipati Ukur	<i>Google Business Profile</i> DayTrans Travel Dipatiukur
3	Lintas Shuttle	4,4	1.078	2016	Dago	<i>Google Business Profile</i> Lintas

						Shuttle Dago Point
4	Aragon	4,5	208	2019	Dipati Ukur	<i>Google Business</i> <i>Profile Aragon</i> Transport Dipatiukur
5	Cititrans	4,5	8.415	2005	Dipati Ukur	<i>Google Business</i> <i>Profile Cititrans</i> Dipati Ukur (Bandung)

Berdasarkan Tabel 1.1, Jackal Holidays saat ini memperoleh *rating* bintang 3,8 menurut *Google Review* pada cabang Dipati Ukur. Meskipun telah beroperasi cukup lama dan dikenal sebagai penyedia jasa transportasi antar kota, *rating* tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam persepsi pelanggan, mengingat beberapa pesaing di wilayah Kota Bandung telah mencapai *rating* 4 hingga 4,5. Menurut Widarmanti & Ramantoko (2020), persepsi pelanggan sering kali tercermin dari penilaian berupa *rating* bintang yang diterima oleh perusahaan. Kondisi ini menuntut Jackal Holidays untuk secara terus-menerus melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan lebih memahami kebutuhan serta preferensi konsumen agar dapat meningkatkan daya saing di industri travel.

Dalam melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengguna jasa transportasi Jackal Holidays Shuttle, peneliti menemukan beberapa ulasan dari pengguna yang mengajukan keluhan melalui *Google Review*. Berikut adalah beberapa keluhan yang disampaikan oleh pengguna jasa transportasi Jackal Holidays Shuttle:



Gambar 1.6 Keluhan Penumpang

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Gambar 1.4, terdapat ulasan dari pelanggan yang menyatakan ketidakpuasan terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle. Ketidakpuasan ini muncul akibat kualitas pelayanan yang kurang memadai, pengalaman pelanggan yang tidak memuaskan, dan harga yang tidak sesuai dengan harapan. Masalah-masalah tersebut menjadi faktor utama yang menyebabkan keraguan bagi pelanggan untuk terus menggunakan layanan Jackal Holidays di masa depan.

Oleh karena itu, penulis melakukan pra-survei kepada 30 pelanggan yang telah menggunakan jasa Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung. Tujuan dari pra-survei ini adalah untuk memperoleh persepsi yang lebih akurat dari pengguna Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Variabel Y Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
Loyalitas Pelanggan (Y) (Candiawan & Wibisono., 2021)	<i>Repeat Purchase</i>	Saya merasa loyal dan terus menggunakan layanan Jackal Holidays Shuttle untuk perjalanan saya	14 orang 46,7%	16 orang 53,3%
	<i>Retention</i>	Saya tetap menggunakan Jackal Holidays Shuttle meskipun ada layanan transportasi pesaing	13 orang 43,3%	17 orang 56,7%

		yang menawarkan harga lebih murah		
	<i>Referrals</i>	Saya sering merekomendasikan layanan Jackal Holidays Shuttle kepada orang lain yang membutuhkan transportasi shuttle	16 orang 53,3%	14 orang 46,7%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung masih cukup rendah. Hal ini terlihat dari persentase yang menunjukkan hanya 46,7% pelanggan yang merasa loyal dan terus menggunakan layanan Jackal Holidays Shuttle. Selain itu, 43,3% pelanggan tetap menggunakan layanan ini meskipun ada pesaing yang menawarkan harga lebih murah. Namun, 53,3% pelanggan sering merekomendasikan layanan Jackal Holidays Shuttle kepada orang lain, yang menunjukkan adanya respon positif meskipun loyalitas masih perlu ditingkatkan.

Hal ini diperkuat oleh ulasan dari pengguna layanan di media sosial, yang menyatakan bahwa layanan transportasi dari pesaing dianggap lebih baik, dan mereka membandingkan Jackal Holidays Shuttle dengan layanan shuttle lainnya. Selain itu, beberapa pengguna juga menyampaikan ketidakpuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Berikut adalah ulasan dari konsumen mengenai layanan Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.3 Ulasan Loyalitas Pelanggan Jackal Holidays Shuttle (2021–2025)

Tahun	Kutipan Ulasan Pelanggan	Fokus Ulasan
2025	 Telat 7 menit gara2 kejabak macet ada pawai Persib yg gw ga tau, langsung ditinggal. Padahal sebelumnya pernah delay sejam lebih gara2 travelnya kejabak macet, ga ada tuh gw dapat kompensasi apapun. Travel ga profesional egois banget 🧡🧡🧡🧡🧡🧡🧡🧡🧡🧡	Pelayanan tidak profesional
2024	 delaynya sampe +1jam an pas ditanya jawabnya ditunggu saja... kami pun begitu kapok saja	Keterlambatan, respons lambat

2023	 Raimund Bastian 3 ulasan · 2 foto ★☆☆☆☆ 2 tahun lalu Pelayanan BURUK. Tidak bisa reschedule untuk besok hari, padahal urgent. Selagi semua travel bisa. Cuma travel ini doang peraturan nya beda sendiri	Tidak bisa reschedule, aturan kaku
2022	 Samuel Christian Local Guide · 21 ulasan · 32 foto ★☆☆☆☆ 3 tahun lalu Telat dikit ga ditoleransi, ga bisa refund juga padahal pernah dapet yang telat sampai 90 menit ckck. Skip ga akan lagi pake.	Keterlambatan, refund tidak adil
2021	 Ardian Mahendra Local Guide · 9 ulasan · 22 foto ★☆☆☆☆ 4 tahun lalu Barang lebih 1 box kecil aja kena charge 150 ribu padahal penumpang kosong bagasi msh luas. Gak ada toleransi. Ini akan jadi pertama & terakhir saya naik jackal holidays. NOT RECOMMENDED ...	Biaya bagasi mahal, tidak fleksibel

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3, terlihat bahwa selama lima tahun terakhir (2021–2025), pelanggan secara konsisten menyampaikan berbagai bentuk ketidakpuasan terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle. Pada tahun 2021 hingga 2022, keluhan utama berkisar pada masalah keterlambatan, ketidaksesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan, serta kebijakan *refund* yang dianggap tidak adil. Tahun 2023 dan 2024 menunjukkan masalah serupa, seperti pelayanan yang tidak fleksibel dan respons yang lambat dari pihak layanan. Puncaknya pada tahun 2025, ulasan menunjukkan ketidakpuasan terhadap pelayanan terhadap pelanggan yang tidak profesional. Ulasan-ulasan ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan terhadap Jackal Holidays Shuttle masih rendah, di mana ketidakpuasan terhadap kualitas layanan menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan beralih ke penyedia jasa transportasi lain yang dianggap lebih dapat diandalkan.

Menurut Kotler et al. (2022:447), loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai ketidakterpengaruhannya konsumen terhadap perubahan dalam kondisi pemasaran akibat keterikatan mereka dalam menggunakan produk atau jasa secara rutin. Berdasarkan definisi ini, dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap Jackal Holidays Shuttle belum kokoh, karena masih banyak pelanggan yang merasa

tidak puas dengan layanan yang diberikan dan menunjukkan kecenderungan untuk beralih ke penyedia jasa transportasi lain yang lebih mereka percayai.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mei et al. (2024) yang menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan sangat dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian tersebut, kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka terhadap suatu layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk Loyalitas Pelanggan, di mana pelanggan yang puas cenderung lebih setia dan lebih mungkin untuk terus menggunakan serta merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Untuk memahami lebih lanjut bagaimana Kepuasan Pelanggan berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan, sangat penting untuk mengukur tingkat Kepuasan Pelanggan sebagai indikator utama. Menurut Kotler et al. (2022:447), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa puas ketika membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Dalam konteks Jackal Holidays Shuttle, Kepuasan Pelanggan dapat diukur melalui beberapa dimensi utama, yaitu kesesuaian harapan, keinginan untuk melakukan pembelian ulang, dan kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Berikut adalah hasil pra-survei yang mencakup dimensi-dimensi dalam penilaian Kepuasan Pelanggan:

Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Variabel Z Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
Kepuasan Pelanggan (Z) (Kotler et al., 2022:448)	Kesesuaian Harapan	Layanan yang saya terima dari Jackal Holidays Shuttle sesuai dengan harapan saya dalam hal kenyamanan dan ketepatan waktu	11 orang 36,7%	19 orang 63,3%

	Pembelian Ulang	Saya akan menggunakan layanan Jackal Holidays Shuttle lagi di masa mendatang untuk perjalanan saya	23 orang 76,7%	7 orang 23,3%
	Kesediaan Merekomendasi	Saya bersedia merekomendasikan Jackal Holidays Shuttle kepada orang lain yang membutuhkan transportasi shuttle	25 orang 83,3%	5 orang 16,7%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.4, hasil dari pra-kuesioner mengenai Kepuasan Pelanggan mengindikasikan bahwa pada dimensi kesesuaian harapan, sebagian besar responden merasa bahwa Jackal Holidays Shuttle belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka, terutama dalam aspek kenyamanan dan ketepatan waktu, dengan hanya 36,7% responden yang merasa puas. Ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan masih kurang optimal dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, terdapat aspek positif yang terlihat pada dimensi pembelian ulang dan keinginan untuk merekomendasikan, di mana 76,7% responden menyatakan akan menggunakan kembali layanan Jackal Holidays Shuttle, dan 83,3% menyatakan bersedia merekomendasikan layanan ini kepada orang lain yang membutuhkan jasa transportasi shuttle. Hal ini diperkuat oleh ulasan dari konsumen di media sosial. Berikut adalah beberapa tanggapan dari konsumen mengenai Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.5 Ulasan Kepuasan Pelanggan Jackal Holidays Shuttle (2021–2025)

Tahun	Kutipan Ulasan Pelanggan	Fokus Ulasan
2025		Penumpang ditinggal

2024	 Rg Alam 8 ulasan · 5 foto ★★★★★ setahun lalu Jackal tidak profesional. Minta reschedule jadwal keberangkatan tp berbelit2 dan tidak bisa. Padahal keterangan bisa direschedule. Saya sangat kecewa dengan pelayanan jackal.	Reschedule ditolak, komunikasi buruk
2023	 Auliariza 5 ulasan · 1 foto ★★★★★ 2 tahun lalu Kebijakannya tidak memudahkan penumpang...	Kebijakan tidak memudahkan penumpang
2022	 David Kristian Damanik Local Guide · 75 ulasan · 1 foto ★★★★★ 3 tahun lalu Kendaraan nyaman, murah, aman. Seneng sama kursinya, keren & nyaman. Kurangnya cuman kurang ontime aja. Udah 2x naik, berangkatnya lebih 10-15 menit dari waktu yang ada di jadwal. Overall good lah. Recommended travel shuttle.	Keterlambatan, meski kendaraan nyaman
2021	 Ritsuka Amalia Local Guide · 17 ulasan · 14 foto ★★★★★ 4 tahun lalu Sangat tidak profesional, sudah booking dan bayar utk jadwal minggu jam 20.30, taunya hari H telp klo ga ada jadwal jam segitu, jadinya dialihin ke 21.30 yg mana udh kemalaman bgt. Admin yg nelpon jg ga ada sopan2 nya ga ada kata maaf nya sama sekali.	Jadwal diubah sepihak, admin tidak sopan

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Tabel 1.5, ulasan pelanggan selama lima tahun terakhir menunjukkan ketidakpuasan yang cukup konsisten terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle, khususnya dalam hal ketepatan waktu, perubahan jadwal secara sepihak, dan kurangnya profesionalisme dalam pelayanan. Akan tetapi, ada beberapa catatan positif, terutama pada tahun 2022, di mana pelanggan memberikan penilaian positif terkait kenyamanan kendaraan dan tetap merekomendasikan layanan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh pelanggan merasa puas terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle, yang menandakan perlunya perbaikan dalam pengelolaan waktu dan peningkatan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ketidakpuasan ini sangat terkait dengan konsep kepuasan pelanggan, yang merupakan faktor penting dalam menilai kualitas suatu layanan. Menurut Tjiptono

(2019:123), kepuasan pelanggan mencerminkan perasaan gembira atau kecewa yang dialami oleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Kepuasan ini merupakan hasil evaluasi yang dilakukan konsumen setelah mengalami produk atau layanan dari sebuah perusahaan. Istilah kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat), sehingga secara sederhana, kepuasan diartikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan atau menghasilkan sesuatu yang mencukupi. Selanjutnya, Godovykh & Tasci (2020) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan reaksi menyeluruh dari konsumen, yang mencakup pengalaman mereka sebelum menerima layanan hingga setelah menggunakannya.

Penelitian oleh Nibrosun Nabii (2024) juga mendukung hal ini, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berfungsi sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka gunakan.

Kualitas layanan menjadi faktor kunci yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Utami (2019), lima dimensi utama yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*). Berikut adalah hasil pra-survei yang mencakup dimensi-dimensi dalam penilaian kualitas pelayanan:

Tabel 1.6 Hasil Pra Survei Variabel X1 Kualitas Pelayanan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
Kualitas Pelayanan (X1) (Kotler et al., 2022:448)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Ruang tunggu di Jackal Holidays Shuttle nyaman dan memadai, memberikan kenyamanan bagi pelanggan	28 orang 93,3%	2 orang 6,7%
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Jackal Holidays Shuttle selalu tepat waktu dalam	10 orang 33,3%	20 orang

		memberikan layanan perjalanan antar kota		66,7%
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Jackal Holidays Shuttle cepat dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan	18 orang 60%	12 orang 40%
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Pelayanan yang diberikan oleh Jackal Holidays Shuttle sangat kredibel dan dapat dipercaya	28 orang 93,3%	2 orang 6,7%
	<i>Empathy</i> (Empati)	Jackal Holidays Shuttle memberikan perhatian yang personal kepada pelanggan, seperti kebutuhan khusus atau kenyamanan	12 orang 40%	18 orang 60%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.6, hasil pra-survei mengenai variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa secara keseluruhan, layanan Jackal Holidays Shuttle mendapatkan penilaian yang cukup positif. Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dan *assurance* (jaminan) menerima respons positif tertinggi, masing-masing sebesar 93,3%. Namun, terdapat beberapa kelemahan pada dimensi *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *empathy* (empati). Hanya 33,3% responden yang merasa bahwa layanan perjalanan antar kota selalu tiba tepat waktu, sementara 40% responden menilai bahwa tanggapan terhadap keluhan masih cukup lambat, dan 60% responden mengungkapkan kurangnya perhatian terhadap kenyamanan pelanggan. Hal ini dikuatkan oleh ulasan dari konsumen di media sosial. Berikut adalah beberapa ulasan dari konsumen mengenai Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.7 Ulasan Kualitas Pelayanan Jackal Holidays Shuttle (2021–2025)

Tahun	Kutipan Ulasan Pelanggan	Fokus Ulasan
2025	 Shintya Febrina Local Guide · 125 ulasan · 11 foto ★★★★☆ 5 bulan lalu Ga flexible, ga ada toleransi keterlambatan, ga bisa diredchedule ke berikutnya dan ga bisa refund. Kalo ga terpaksa ga bakal pesen ini lagi. Selain itu kantornya ga mau hubungi supirnya, pdhl bisa saja lokasi bis msh di sekitar pool. Bener2 kecewa. Kami saat itu lg beli makanan krn dr pagi blm makan. Ga ada toleransi samsek.	Tidak ada toleransi keterlambatan
2024	 Arius Ntik Local Guide · 15 ulasan · 11 foto ★★★★★ setahun lalu Tempatnya bagus, bersih, ruang tunggu nya juga luas, cuma musholla nya agak kecil dan ga ada mukenanya	Fasilitas musholla kurang
2023	 Ciquita Ciki 1 ulasan ★★★☆☆ 2 tahun lalu Telatnya setengah jam lebih. Kapok..	Keterlambatan keberangkatan
2022	 Rika Sartika 7 ulasan · 4 foto ★★★☆☆ 3 tahun lalu Kecewa padahal udah langganan jackal tiap bulan buat pulang ke Bandung 1,5 tahun ini. Sekarang gak dapat air minum dan slot usb gak bisa di pakai buat charger. Buat delay masih di maklum karena macet.	Penurunan kualitas fasilitas (minuman & charger), keterlambatan
2021	 Benny Sudjana Local Guide · 74 ulasan · 349 foto ★★★★☆ 4 tahun lalu Petugasnya ramah, siap membantu ap yg kita perlukan	Petugas ramah dan membantu

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Tabel 1.7, ulasan pelanggan menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap layanan Jackal Holidays Shuttle. Pada tahun 2021 hingga 2023, keluhan utama berfokus pada keterlambatan keberangkatan, kurangnya kenyamanan fasilitas, dan kebijakan yang tidak fleksibel. Meski demikian, beberapa pelanggan memberikan pujian terkait tempat yang bagus, ruang tunggu yang luas, dan petugas yang sigap membantu. Akan tetapi, di tahun 2024 dan 2025, keluhan kembali muncul mengenai tidak adanya toleransi keterlambatan, musholla yang kecil, dan kurangnya mukena sebagai kebutuhan khusus pelanggan. Keluhan-keluhan ini mencerminkan bahwa aspek dalam kualitas pelayanan, seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*empathy*) masih perlu perbaikan, sehingga layanan dapat lebih memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Ade & Suwarti (2022), kualitas layanan mencakup seluruh interaksi dan pengalaman pengguna dengan perusahaan, termasuk elemen responsivitas, kecepatan, ketepatan, dan tingkat kepuasan akhir pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Nuruly et al. (2024) mendukung hal ini, menekankan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah pengalaman pelanggan. Menurut Godovykh & Tasci (2020), pengalaman pelanggan (*customer experience*) adalah kombinasi dari komponen kognitif dan afektif yang memberikan efek positif terhadap pengalaman pelanggan di masa mendatang. Dalam riset ini, pengalaman pelanggan mencakup lima aspek utama, yaitu *sense* (pengalaman sensorik), *feel* (pengalaman emosional), *think* (pengalaman kognitif), *act* (pengalaman fisik), dan *relate* (pengalaman sosial). Berikut adalah hasil pra-survei yang meliputi dimensi-dimensi dalam penilaian pengalaman pelanggan:

Tabel 1.8 Hasil Pra Survei Variabel X2 Pengalaman Pelanggan

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
Pengalaman Pelanggan (X2) (Godovykh & Tasci dalam Al Irsyad, 2023)	<i>Sense (Sensory Experience)</i>	Fitur aplikasi Jackal Holidays Shuttle mudah digunakan untuk memesan layanan perjalanan antar kota	28 orang 93,3%	2 orang 6,7%
	<i>Feel (Emotional Experience)</i>	Proses penanganan <i>customer service</i> Jackal Holidays Shuttle sangat cepat dan ramah	11 orang 36,7%	19 orang 63,3%

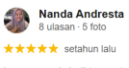
	<i>Think</i> (Cognitive Experience)	Memberikan <i>feedback</i> pada aplikasi Jackal Holidays Shuttle sangat mudah dan intuitif	22 orang 73,3%	8 orang 26,7%
	<i>Act</i> (Physical Experience)	Melakukan transaksi dalam aplikasi Jackal Holidays Shuttle sangat mudah dan lancar	26 orang 86,7%	4 orang 13,3%
	<i>Relate</i> (Social Experience)	Saya aktif berkomunikasi dengan pengguna lain melalui media sosial tentang pengalaman menggunakan layanan Jackal Holidays Shuttle	8 orang 26,7%	22 orang 73,3%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.8, hasil pra-survei terkait pengalaman pelanggan menunjukkan bahwa pengguna Jackal Holidays Shuttle memberikan penilaian yang cukup positif. Dimensi *sense* (pengalaman sensorik) dan *act* (pengalaman fisik) mendapatkan respons terbaik, dengan 93,3% dan 86,7% responden melaporkan kemudahan dalam menggunakan aplikasi dan melakukan transaksi. Namun, pada dimensi *feel* (pengalaman emosional) dan *relate* (pengalaman sosial), hanya 36,7% yang menilai layanan pelanggan cepat dan ramah, dan 26,7% yang aktif membahas layanan ini di media sosial. Berikut adalah beberapa ulasan dari konsumen mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.9 Ulasan Pengalaman Pelanggan Jackal Holidays Shuttle (2021–2025)

Tahun	Kutipan Ulasan Pelanggan	Fokus Ulasan
2025		Sikap <i>customer service</i> tidak ramah dan tidak membantu

2024	 Nanda Andresta 6 ulasan · 5 foto ★★★★★ setahun lalu langganan bdg jkt, mantab deh, satpam nya juga ramah mau bantuin angkat2, sy rekomendasi download aplikasi nya biar lebih mudah reschedule 🍕	Aplikasi memudahkan pemesanan dan pelayanan ramah
2023	 Bintang Kejora 6 ulasan ★☆☆☆☆ 2 tahun lalu Ditinggal mobilnya karena kesalahan staffnya. Komplain malah senyum senyum ga jelas tidak memberikan solusi. Habis itu disuruh hub no cs. Setelah dihub cs tiket hangus atau gbisa d refund kalau udah ketinggalan travel. Padahal kesalahn dari internal nya tapi saya yg dirugikna. Rugi waktu rugi duit.	Penanganan komplain buruk dan tidak ada solusi
2022	 Faishal Amrullah 101 1 ulasan ★☆☆☆☆ 3 tahun lalu Pengalaman pertama nih pakai jackal ke bandara, jadwal jam 10, shuttle baru datang jam 10.20 ...	Shuttle datang terlambat dari jadwal
2021	 febby anugrah Local Guide · 25 ulasan · 37 foto ★☆☆☆☆ 4 tahun lalu Dear All Customer.. Sebaiknya pikir2 pakai armada ini saya kapok dengan pelayanannya, pertama : Delay 15 menit, Kedua Driver berenti di rest area dam wktunya lama banget. Ketiga nyetir ugal2an.. sekian dan terimakasih.	Keterlambatan, sopir ugal-ugalan, dan waktu istirahat lama

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Tabel 1.9, dalam kurun waktu lima tahun terakhir, terdapat ketidakpuasan dari pelanggan terhadap pengalaman menggunakan Jackal Holidays Shuttle. Pada 2021–2022, keluhan utama meliputi pengemudi yang ugal-ugalan, keterlambatan, serta fasilitas yang kurang memadai. Pada 2023, penilaian terhadap staf menunjukkan ketidakprofesionalan dan kurangnya solusi. Tahun 2024, ulasan bersifat positif, menyoroti keramahan dan kemudahan dalam mengakses aplikasi. Pada 2025, sikap *customer service* yang tidak ramah menjadi perhatian utama. Ulasan tersebut menggambarkan bahwa dimensi *feel* (pengalaman emosional) dan *relate* (pengalaman sosial) masih menjadi kelemahan, yang berdampak negatif terhadap keseluruhan pengalaman pelanggan.

Menurut Jumawar & Nurmartian (2022), pengalaman pelanggan adalah elemen dari penawaran perusahaan terkait produk dan layanan yang muncul saat konsumen menggunakan atau mengonsumsi produk atau layanan tersebut. Hal

tersebut didukung oleh penelitian Rojuaniah et al. (2024), yang menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi loyalitas mereka. Penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman yang positif selama interaksi dengan perusahaan, seperti komunikasi yang baik, kecepatan layanan, dan responsif terhadap keluhan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat keterikatan mereka terhadap layanan yang diterima.

Selain pengalaman pelanggan, harga juga merupakan faktor krusial yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Harga yang dianggap sebanding dengan kualitas layanan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan, sedangkan harga yang tidak sesuai dengan manfaat yang diterima dapat mengurangi kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Kotler et al. (2023:312) menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa, atau nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut.

Dalam penelitian ini, harga dievaluasi berdasarkan beberapa dimensi utama, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dan kualitas layanan, daya saing harga, serta manfaat dari layanan. Berikut adalah hasil pra-survei yang mencakup dimensi-dimensi dalam penilaian harga:

Tabel 1.10 Hasil Pra Survei Variabel X3 Harga

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
Harga (X3) (Kotler et al., 2023:685)	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan oleh Jackal Holidays Shuttle sangat terjangkau untuk layanan perjalanan antar kota yang diberikan	23 orang 76,7%	7 orang 23,3%
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang saya bayar sesuai dengan kualitas layanan transportasi yang	12 orang 40%	18 orang 60%

		saya terima dari Jackal Holidays Shuttle		
	Daya Saing	Harga yang ditawarkan Jackal Holidays Shuttle lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya	11 orang 36,7%	19 orang 63,3%
	Kemanfaatan Produk	Harga yang saya bayar memberikan nilai tambah bagi saya, terutama karena kenyamanan dan keamanan yang ditawarkan	13 orang 43,3%	17 orang 56,7%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.10, hasil pra-survei mengenai harga menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna Jackal Holidays Shuttle memberikan penilaian yang cukup positif terhadap aspek keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas layanan. Dimensi keterjangkauan harga mendapatkan tanggapan positif dari 76,7% responden. Namun, terdapat kelemahan dalam dimensi kesesuaian harga dan kualitas produk, daya saing, dan kemanfaatan produk, di mana hanya 40% responden yang merasa bahwa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas layanan, kemudian 36,7% responden yang menilai harga Jackal Holidays Shuttle lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing, dan 43,3% responden merasa bahwa harga yang mereka bayar memberikan nilai tambah bagi kenyamanan dan keamanan mereka. Berikut ini adalah beberapa komentar dari konsumen mengenai harga layanan Jackal Holidays Shuttle.

Tabel 1.11 Ulasan Harga Layanan Jackal Holidays Shuttle (2021–2025)

Tahun	Kutipan Ulasan Pelanggan	Fokus Ulasan
2025	 Steven Sastra 6 ulasan · 1 foto ★ ★ ★ ★ ★ 2 bulan lalu Halo saya mau complain, Jackal kan sudah terkenal nya premium Shuttle tolong di jaga donk. Saya pesan harga sama dengan yang premium tapi dapat shuttle yang berisikan sampe 12 orang dengan duduk sangat berdesakan tidak ada tempat untuk Bagasi. Semua barang yg di bawa harus disimpan semua ke kursi penumpang. KALO HARGANYA KAYAK KOMPETITOR KAYAK DAYTRANS HARGA RP 99000 fasilitas kayak gini saya terima" aja. ini saya bayar harga sama dengan yg PREMIUM SHUTTLE FASILITAS KAYAK GINI. SINGGUH KECEWA SIH. LEBIH BAIK SAYA PAKAI CITYTRANS dari pada JACKAL. JANGAN KARNA NGEJAR QUANTITY ngerusak kepercayaan Pelanggan donk. GAKAN SAYA PAKAI JACKAL LAGI KALO GINI CARANYA.	Harga tidak wajar dan kualitas menurun
2024	 Ertania Nirmala Local Guide · 20 ulasan · 5 foto ★ ★ ★ ★ ★ setahun lalu Travel terburuk yg pernah saya tumpangi. Jauuuh tertinggal servicenya dengan travel kompetitor, tapi ga mau berbenah. Customer complain tidak dihiraukan.	Lebih mahal dari kompetitor dan layanan buruk
2023	 Gracia Stephanie 9 ulasan · 3 foto ★ ★ ★ ★ ★ 2 tahun lalu Harga jauh lebih mahal, tempat nunggu tidak disediakan lebih, keberangkatan telat sampai 20-30 menit not recommended as a luxury shuttle 🙄	Mahal dan tidak sesuai fasilitas
2022	 Tokko Blogger 7 ulasan · 3 foto ★ ★ ★ ★ ★ 3 tahun lalu Kapan lg mobil shuttle dengan fasilitas captain seat yang nyaman dengan ac yang dinginn ... 🍷 🍷 🍷 harga terjangkau .	Harga terjangkau dan fasilitas nyaman
2021	 Febby FL 9 ulasan · 5 foto ★ ★ ★ ★ ★ 4 tahun lalu Mengecewakan. Saya dtg berdua dengan teman. Masing2 bawa 1 koper. Tp di tagih 100rb karna katanya bawa 2 koper. Trs dia blg pesen nya dr aplikasi aja, kalo charge nya bayar disini. Yaudah td nya smbil nunggu di sebelah sy pesen online, charge bagasi di bayar cash. Pas mau di ambil lg charge nya karna saya br sadar cm bawa masing2 saTu koper, udah ga bisa di refund. Kalo saya dtg nya sendiri misah sm temen kena charge ga? Mau minta uang kembali katanya udh msk sistem. Ke operator nya jg. Sedih sih	Biaya tambahan dan pelayanan tidak jelas

Sumber: Google Review (2025)

Berdasarkan Gambar 1.11, ulasan pelanggan selama periode 2021–2025 menunjukkan kekhawatiran yang berulang terkait ketidaksesuaian antara harga dan layanan yang diberikan. Pada tahun 2021 dan 2022, pelanggan mengeluhkan adanya biaya tambahan yang tidak diinformasikan sejak awal serta fasilitas yang dianggap tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Di tahun 2023 dan 2024, ketidakpuasan muncul karena harga yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor, namun kualitas layanan tidak mengalami peningkatan yang sepadan. Pada 2025, pelanggan secara khusus menyampaikan bahwa harga dianggap tidak wajar karena

kualitas layanan menurun secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan adanya persepsi negatif terhadap nilai yang diterima pelanggan terkait dengan harga yang mereka bayarkan.

Menurut Kotler et al. (2023:685), dalam sudut pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lain yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Hal ini diperkuat oleh penelitian Mirandasari & Firmansyah (2024), yang menemukan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berimbas pada loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diterima dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara harga yang dianggap tidak sesuai dengan layanan yang diberikan dapat menurunkan tingkat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan penjelasan pada bagian latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Jackal Holidays Shuttle, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil pra-survei mengungkapkan bahwa meskipun beberapa aspek pelayanan dan pengalaman pelanggan mendapatkan penilaian positif, masih terdapat bagian-bagian yang belum sepenuhnya optimal untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, ulasan dari konsumen di media sosial mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan yang disediakan, serta beragam pengalaman yang dialami pelanggan saat memanfaatkan jasa Jackal Holidays Shuttle. Data ulasan pelanggan dari lima tahun terakhir juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pengalaman, dan harga yang ditawarkan belum memenuhi standar ideal, sehingga mempengaruhi rating terbaru yang hanya mencapai 3,8. Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan adanya celah antara ekspektasi dan kenyataan layanan yang diberikan, yang berpotensi mengurangi tingkat kepuasan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap Jackal Holidays Shuttle.

Penelitian yang dilakukan oleh Mei et al. (2024) lebih menekankan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi

loyalitas mereka. Namun, penelitian tersebut belum secara mendalam mengaitkan pengalaman pelanggan dan harga sebagai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti bagaimana pengalaman pelanggan dan harga dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengintegrasikan pengalaman pelanggan dan harga dalam model yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan, yang belum sepenuhnya dibahas dalam penelitian sebelumnya. Dengan memperkenalkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, penelitian ini menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan komprehensif tentang bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan di sektor transportasi shuttle. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JACKAL HOLIDAYS SHUTTLE DI KOTA BANDUNG.”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?

5. Seberapa besar pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
7. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
8. Seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
9. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
10. Seberapa besar pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?
11. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.

6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
7. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
8. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
9. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
10. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.
11. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan agar dapat bermanfaat secara akademis dan praktis, yaitu:

1) Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pengetahuan baru yang bermanfaat di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait kualitas layanan, pengalaman pelanggan, harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang ada dan menjadi fondasi yang penting untuk penelitian selanjutnya, terutama dalam konteks shuttle transportasi dan industri jasa transportasi.

2) Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan perspektif yang berguna bagi Jackal Holidays Shuttle dalam memahami elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data serta rekomendasi

yang diperoleh bisa dimanfaatkan untuk memperbaiki strategi terkait kualitas layanan, pengalaman pelanggan, dan harga, guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan daya saing perusahaan, memperkuat posisi di pasar, serta mempertahankan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, sehingga penulis membaginya ke dalam beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan secara umum, singkat, dan padat yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan kajian yang berisi hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, yang akan dijadikan landasan dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai metode penelitian yang dilakukan, termasuk penegasan tentang metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Untuk menjaga sistematika, bab ini membahas jenis penelitian, pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan pembahasan yang bersifat kronologis dan sistematis mengenai gambaran hasil penelitian dan analisis. Juga membahas hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang ditujukan kepada perusahaan dan relevansi ruang lingkup penelitian.