

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1.1.1 Profil Perusahaan

PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC) merupakan hasil *joint venture* antara konsorsium BUMN Indonesia, PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (PSBI), dan konsorsium kereta api Tiongkok, Beijing Yawan HSR Co. Ltd. Dalam PSBI, terdapat beberapa BUMN besar Indonesia, seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero), PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, dan PT Jasa Marga (Persero) Tbk, sedangkan Beijing Yawan HSR Co. Ltd. terdiri dari perusahaan-perusahaan China terkemuka, seperti China Railway Engineering Corporation (CREC) dan Sinohydro (KCIC, 2019).



**Gambar 1. 1 Logo KCIC**

*Sumber: kcic.co.id*

Didirikan pada 16 Oktober 2015, KCIC dibentuk dengan tujuan utama untuk mengembangkan dan mengoperasikan kereta cepat yang diberi nama Whoosh (Waktu Hemat, Operasional Optimal, Sistem Hebat) (*Whoosh, Era Baru Transportasi Indonesia, 2023*). Sistem kereta canggih ini bertujuan untuk menyediakan transportasi yang cepat, efisien, dan nyaman antara Jakarta dan Bandung, dimana perjalanan saat ini menempuh waktu sekitar 3 jam dengan mobil. Kereta Whoosh akan mengurangi waktu perjalanan menjadi hanya 40 menit dengan kecepatan operasional hingga 350 km/jam, memberikan peningkatan signifikan dalam hal konektivitas. Whoosh menjadi bagian penting

dalam Proyek Strategis Nasional Indonesia sekaligus menjadi simbol transportasi modern yang diharapkan dapat mengubah wajah mobilitas antar kota di Indonesia (KCIC, 2019).

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Sebagai perusahaan yang berfokus pada inovasi dan perkembangan teknologi transportasi, PT Kereta Cepat Indonesia China (Whoosh) memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### **1. Visi**

Menjadikan kehidupan masyarakat lebih baik dengan menyediakan pilihan utama konektivitas dan menciptakan lingkungan hidup yang bahagia.

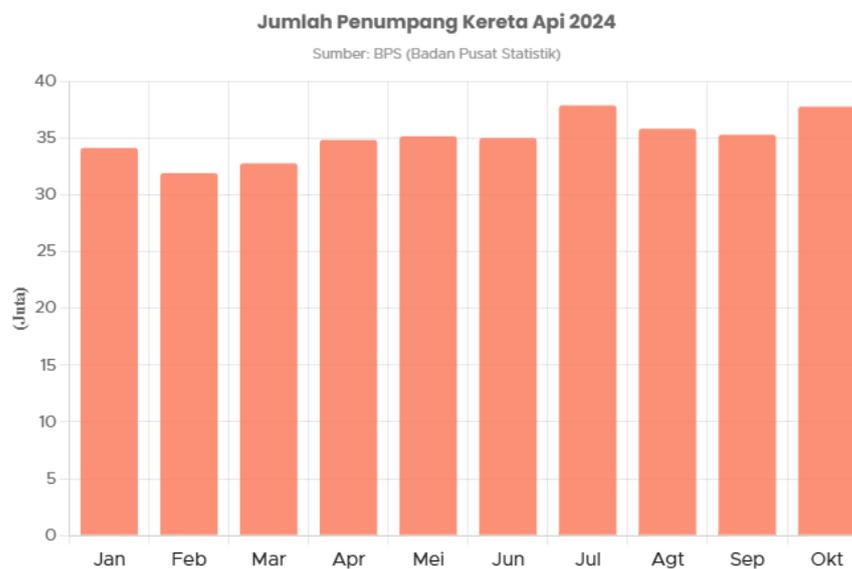
#### **2. Misi**

Menyediakan sarana transportasi yang paling aman, tercepat, tepat waktu, nyaman, dan modern, serta menyediakan gaya hidup yang paling indah, bahagia, dan ramah lingkungan sepanjang koridor yang akan dikembangkan.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Kemacetan lalu lintas di kawasan perkotaan merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh negara berkembang, termasuk Indonesia (Nguyen-Phuoc et al., 2021). Menurut laporan terbaru oleh TomTom Traffic Index 2024 dalam Goodstats, lima kota dengan waktu tempuh rata-rata per 10 Kilometer terlama di Indonesia adalah Bandung, Medan, Palembang, Surabaya, dan Jakarta (Fauzan, 2025). Tingginya tingkat kepadatan lalu lintas di kota-kota tersebut dipengaruhi oleh pertumbuhan signifikan jumlah kendaraan bermotor yang tidak sebanding dengan kapasitas infrastruktur yang tersedia (Hizam et al., 2021; Yonatan, 2024). Akibatnya, kemacetan yang semakin parah berdampak pada peningkatan konsumsi bahan bakar, emisi, biaya perjalanan, dan penurunan produktivitas masyarakat (Nguyen-Phuoc et al., 2021). Urgensi

permasalahan ini telah mendorong pemerintah untuk mengambil langkah strategis dalam mendorong peralihan dari kendaraan pribadi ke moda transportasi umum, guna mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan pribadi serta memperbaiki sistem mobilitas perkotaan (Hizam et al., 2021; Lazuardi & Pandin, 2021). Diantara berbagai pilihan transportasi umum, kereta api menjadi salah satu moda transportasi yang semakin diminati oleh masyarakat Indonesia.



**Gambar 1. 2 Jumlah Penumpang Kereta Api 2024**

*Sumber: Goodstats.com*

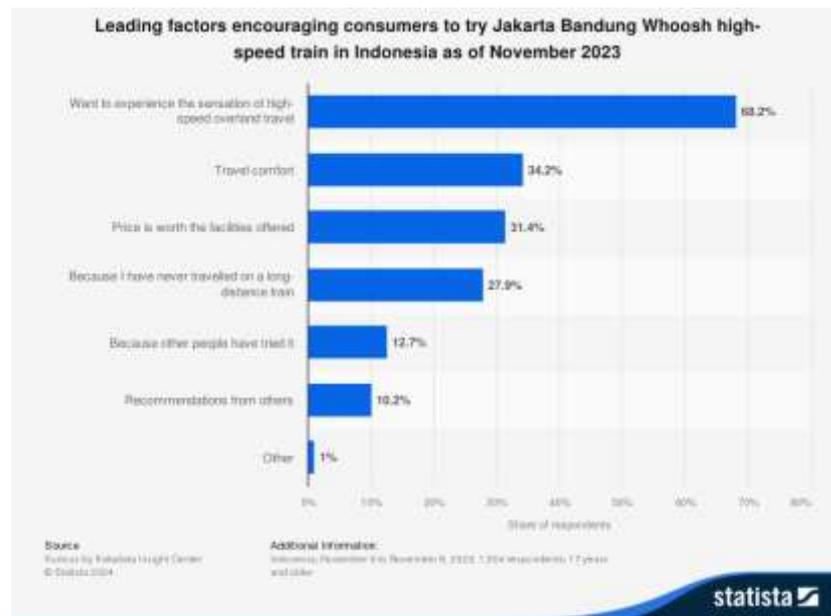
Hasil survei yang dirilis oleh Goodstats pada tahun 2024, menunjukkan bahwa kereta api telah menjadi moda transportasi pilihan utama masyarakat, melampaui pesawat dan kapal laut dalam hal jumlah penumpang. Data yang ditampilkan menunjukkan bahwa pada bulan Oktober 2024, jumlah pengguna kereta api mencapai angka 37,8 juta orang, dimana angka ini mengalami peningkatan sebesar 6,98% dibandingkan bulan sebelumnya. Tingginya minat masyarakat terhadap kereta api dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti perjalanan yang lebih stabil dan bebas dari kemacetan, harga tiket yang lebih ekonomis dibandingkan transportasi udara, serta fasilitas yang semakin lengkap,

termasuk konektivitas dengan transportasi umum lainnya. Tidak hanya itu, kereta api dikenal sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan dibandingkan kendaraan pribadi dan pesawat, karena menghasilkan emisi karbon yang lebih rendah (Wahab et al., 2025). Dengan semakin berkembangnya konektivitas antar wilayah yang berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi serta upaya mengurangi ketergantungan pada kendaraan pribadi yang memperparah kemacetan dan polusi udara, pemerintah Indonesia terus melakukan modernisasi infrastruktur perkeretaapian sebagai langkah strategis dalam membangun sistem transportasi nasional yang lebih efisien dan berkelanjutan (N. Ahmed et al., 2024; Wahab et al., 2025).

Salah satu bentuk inovasi dalam sektor perkeretaapian Indonesia adalah kehadiran Kereta Cepat Jakarta-Bandung, yang dikenal dengan nama dengan Whoosh. Kereta ini melintasi jalur sepanjang 142,3 Kilometer yang menghubungkan Jakarta dan Bandung dengan kecepatan 350 km per jam, menjadikannya kereta berkecepatan tinggi pertama di Asia Tenggara (Biro Komunikasi dan Informasi Publik, 2023). Kehadiran Whoosh tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan konektivitas antara kedua kota besar tersebut, tetapi juga diharapkan memberikan dampak ekonomi yang signifikan, termasuk penciptaan lapangan kerja serta peningkatan sektor pariwisata dan industri lokal (Biro Komunikasi dan Informasi Publik, 2023). Dengan efisiensi waktu tempuh yang jauh lebih singkat dibandingkan dengan moda transportasi darat lainnya, Whoosh menjadi salah satu bentuk modernisasi transportasi yang mendukung peningkatan mobilitas masyarakat dan efisiensi perjalanan antarkota.

Antusiasme masyarakat terhadap kereta cepat Whoosh tercermin dari data yang dirilis oleh Goodstats, yang mencatat bahwa sepanjang tahun 2024, kereta cepat ini telah mengangkut sebanyak 6,06 juta penumpang, sementara secara kumulatif sejak pertama kali beroperasi pada Oktober 2023, jumlah total penumpang yang telah menggunakan layanan Whoosh mencapai 7,1 juta orang (Lubis, 2025). Selain itu, pada laporan “WNA dari 154 Negara Telah Menggunakan Kereta Cepat Whoosh” yang dikeluarkan oleh Goodstats,

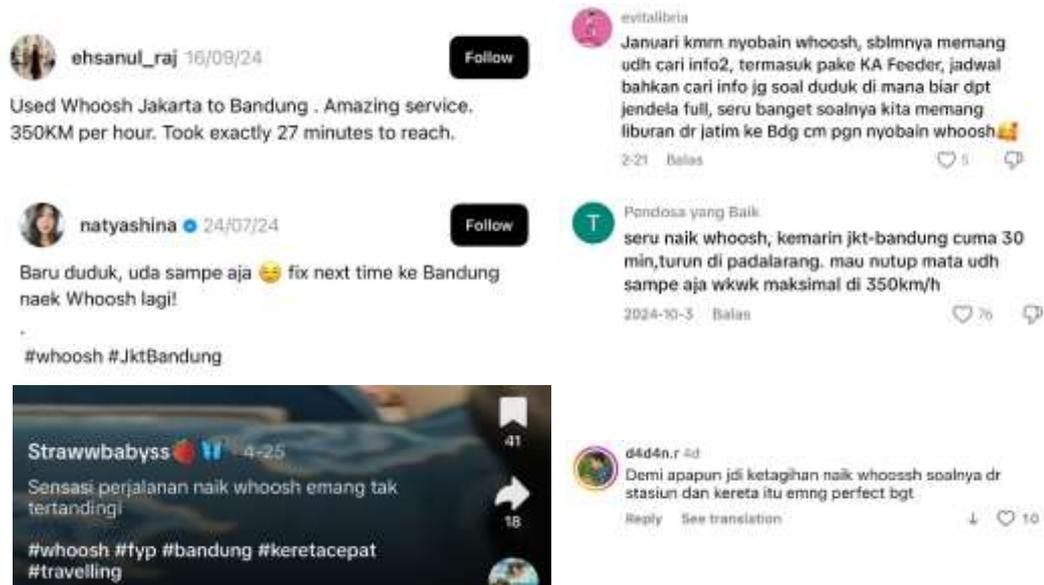
menunjukkan adanya tren peningkatan jumlah wisatawan internasional yang menggunakan layanan ini, yang mengindikasikan potensi besar Whoosh dalam mendukung perekonomian dan pengembangan sektor pariwisata di tingkat global (Rainer Pierre, 2024).



**Gambar 1.3 Faktor Utama yang Mendorong Konsumen Menggunakan Kereta Cepat Whoosh**

*Sumber: Statista*

Menurut grafik yang ditampilkan dari Statista (Gambar 1.2), alasan utama yang mendorong masyarakat untuk memilih menggunakan layanan kereta cepat Whoosh adalah keinginan untuk merasakan pengalaman perjalanan dengan kecepatan tinggi, sebagaimana yang diungkapkan oleh sebagian besar responden. Preferensi ini menunjukkan bahwa aspek inovatif dari kereta cepat menjadi daya tarik utama bagi masyarakat. Selain kecepatan, kenyamanan selama perjalanan juga menjadi pertimbangan signifikan dalam pengambilan keputusan, menandakan bahwa pengguna tidak hanya mengejar efisiensi waktu, tetapi juga mengharapkan kualitas layanan yang tinggi.



**Gambar 1. 4 Ulasan Positif Pengguna Media Sosial**

*Sumber: Media Sosial (2025)*

Di sisi lain, hasil ulasan pengguna terhadap layanan kereta cepat Whoosh yang ditampilkan dalam gambar menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi. Berbagai tanggapan yang disampaikan mencerminkan pengalaman perjalanan yang dinilai positif oleh para penumpang. Hal ini menandakan bahwa layanan Whoosh berhasil memenuhi ekspektasi pengguna, baik dari segi kenyamanan, efisiensi, maupun kualitas pelayanan. Tingginya apresiasi dari pengguna juga menjadi indikator kuat bahwa masyarakat menyambut kehadiran kereta cepat sebagai solusi transportasi modern yang dapat diandalkan untuk mobilitas harian maupun perjalanan jarak jauh.

**Tabel 1. 1 Jumlah Penumpang Kereta Cepat Whoosh Tahun 2025**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penumpang (Ribu)</b>
Januari	525
Februari	477
Maret	346
April	499

*Sumber: Bps.go.id (2025)*

Kereta Whoosh memiliki potensi besar dalam mendukung transformasi sistem transportasi nasional dengan menawarkan alternatif perjalanan yang lebih cepat dan efisien. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar moda transportasi ini dapat menjadi pilihan utama masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2025), terjadi fluktuasi signifikan pada jumlah penumpang dari bulan Januari hingga April 2025. Pada bulan Januari, jumlah penumpang mencapai 525 ribu, kemudian menurun menjadi 477 ribu di Februari, dan semakin turun menjadi 346 ribu pada Maret. Tren ini kembali meningkat menjadi 499 ribu pada bulan April, yang bertepatan dengan momentum libur panjang idul fitri (Kencana, 2025). Penurunan sebesar 34% dalam dua bulan awal mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna Whoosh belum menjadikan moda transportasi ini sebagai pilihan utama secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terhadap layanan ini masih tergolong rendah.

Ketidakstabilan penggunaan ini dapat ditelusuri pada beberapa faktor utama, antara lain keterbatasan aksesibilitas dan konektivitas jaringan transportasi (Watthanaklang et al., 2024; J. Zhang et al., 2024), kualitas layanan (Base et al., 2024; Ong et al., 2023, 2024), serta aspek biaya layanan (Hameed et al., 2024). Dalam lanskap persaingan, Whoosh bersaing langsung dengan layanan kereta api Argo Parahyangan, kendaraan pribadi dan bus yang melintasi jalur Tol Cipularang, yang seluruhnya menawarkan keunggulan dalam fleksibilitas jadwal dan variasi harga tiket (Mahardika et al., 2022). Lokasi stasiun yang berada di pinggiran kota juga menambah hambatan aksesibilitas,

karena penumpang perlu menggunakan transportasi tambahan seperti shuttle bus atau moda lainnya untuk mencapai tujuan mereka (N. Ahmed et al., 2024; Alfarizi, 2023). Kondisi ini tidak hanya menambah waktu dan biaya perjalanan, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan keterikatan emosional pelanggan terhadap Whoosh (N. Ahmed et al., 2024; L. Liu & Chen, 2021).

**Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei *Customer Loyalty* Kereta Cepat Whoosh**

No	Dimensi	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Willingness To Pay	Apakah anda bersedia membayar tarif Whoosh meskipun ada kenaikan harga?	25%	<b>75%</b>
2	Repurchase Intention	Apakah anda berminat untuk terus menggunakan Whoosh dibandingkan moda transportasi lain dengan rute serupa?	35%	<b>65%</b>
3	Positive Word of Mouth Intention	Apakah anda akan selalu menyebarkan informasi positif tentang kereta Whoosh kepada orang lain?	80%	20%

*Sumber: Data Olahan Penulis (2025)*

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait loyalitas penumpang kereta cepat Whoosh, peneliti melakukan pra-survei terhadap 20 responden, dengan hasil tercantum dalam tabel di atas. Hasil survei mengungkapkan bahwa mayoritas pelanggan, yaitu 75% tidak bersedia membayar lebih apabila terjadi kenaikan harga. Selain itu, hanya 35% pelanggan yang berminat untuk tetap menggunakan Whoosh sebagai moda transportasi utama, sedangkan sebagian besar lebih memilih alternatif lain yang dianggap lebih fleksibilitas dalam jadwal keberangkatan serta lebih ekonomis dari segi biaya perjalanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Whoosh memiliki keunggulan dalam kecepatan dan efisiensi waktu tempuh, faktor harga dan kemudahan aksesibilitas masih menjadi pertimbangan utama

dalam keputusan pelanggan. Dengan demikian, rendahnya loyalitas pengguna terhadap Whoosh menjadi tantangan yang perlu diperhatikan.

Menurut Leon & Dixon (2023) lemahnya loyalitas pelanggan terhadap layanan dapat disebabkan oleh pelanggan yang tidak merasa puas terhadap layanan. Dalam upaya memperoleh pemahaman terkait kepuasan pengguna kereta cepat Whoosh, peneliti melakukan pra-survei terhadap 20 responden sebagai berikut.

**Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei *Customer Satisfaction* Kereta Cepat Whoosh**

No	Dimensi	Pernyataan	Ya	Tidak
1	General Satisfaction	Apakah anda merasa puas dengan keseluruhan pengalaman menggunakan Whoosh?	70%	30%
2	Compared Satisfaction	Apakah layanan kereta Whoosh lebih memuaskan dibandingkan dengan moda transportasi lain pada rute yang sama?	30%	<b>70%</b>
3	Recommend Willingness	Apakah anda merekomendasikan kereta Whoosh kepada teman dan keluarga sebagai moda transportasi terbaik?	70%	30%

*Sumber: Data Olahan Penulis (2025)*

Merujuk pada data dalam tabel kepuasan pelanggan terhadap layanan kereta Whoosh, mayoritas pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka menggunakan layanan ini. Selain itu, sebanyak 70% pelanggan juga bersedia merekomendasikan Whoosh kepada teman atau keluarga sebagai moda transportasi terbaik. Namun, menariknya terlihat hanya 30% pelanggan yang menganggap bahwa layanan Whoosh lebih memuaskan dibandingkan dengan moda transportasi lain pada rute yang sama. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum pelanggan puas dengan Whoosh, mereka masih menilai ada moda transportasi lain yang lebih baik dalam aspek tertentu.



**Gambar 1. 5 Ulasan Negatif Pengguna di Media Sosial**

*Sumber: Media Sosial (2025)*

Selaras dengan survei tersebut, berbagai tanggapan dari pengguna yang tersebar di media sosial (Gambar 1.5) menunjukkan ketidakpuasan terhadap layanan kereta cepat Whoosh. Salah satu keluhan utama berkaitan dengan ketidakefisienan dalam proses perubahan jadwal keberangkatan, yang dinilai menyulitkan dan tidak praktis bagi penumpang. Selain itu, beberapa pengguna menyatakan bahwa waktu tempuh keseluruhan yang ditawarkan tidak memberikan perbedaan mencolok dibandingkan dengan alternatif lain seperti kereta Argo Parahyangan atau shuttle bus, yang memiliki akses lebih dekat dan fleksibel dari segi lokasi keberangkatan. Hal ini mencerminkan adanya ketidakpuasan terkait kualitas layanan dan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan. Prasetio et al. (2025) serta Yesitadewi & Widodo (2024) menjelaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap nilai dan kualitas layanan merupakan evaluasi subjektif yang mencakup perbandingan antara manfaat

yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan. Artinya, pelanggan cenderung merasa puas apabila nilai yang mereka peroleh sebanding atau bahkan melebihi biaya, waktu, dan tenaga yang mereka keluarkan (Katili et al., 2024).

Guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh kereta cepat Whoosh, peneliti melakukan pra-survei yang melibatkan 20 responden. Pra-survei ini difokuskan pada pengalaman langsung para pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut sebagai dasar awal untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang dinilai memuaskan maupun yang masih memerlukan perbaikan.

**Tabel 1. 4 Hasil Pra-Survei *Service Quality* Kereta Cepat Whoosh**

No	Dimensi	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tangibility	Apakah fasilitas fisik seperti ruang kesehatan, petunjuk arah, eskalator, dan lift di stasiun cukup?	45%	<b>55%</b>
2	Reliability	Apakah proses naik-turun penumpang dan transit stasiun berjalan dengan lancar tanpa hambatan?	30%	<b>70%</b>
3	Responsiveness	Apakah respon keluhan penumpang dilakukan dengan cepat dan profesional?	80%	20%
4	Assurance	Apakah anda selalu merasa aman dan nyaman di dalam kereta maupun di area stasiun?	80%	20%
5	Empathy	Apakah petugas Kereta Cepat Whoosh selalu memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan penuh perhatian?	85%	15%

*Sumber: Data Olahan Penulis (2025)*

Merujuk data dalam tabel, hanya 45% pengguna yang menilai bahwa fasilitas fisik di stasiun, seperti layanan kesehatan, petunjuk arah, eskalator, dan lift, sudah memadai, sedangkan mayoritas responden berpendapat sebaliknya. Selain itu, sebanyak 70% responden menyatakan bahwa proses naik-turun penumpang serta proses transit di stasiun masih belum berjalan secara optimal. Temuan ini mengindikasikan bahwa berbagai elemen pendukung dan

operasional di lingkungan stasiun masih menghadapi hambatan yang dapat mengurangi kenyamanan dan efektivitas layanan secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan studi S. Liu & Putro (2024) yang mengidentifikasi sejumlah permasalahan dalam layanan kereta cepat Whoosh, antara lain terbatasnya aksesibilitas, lemahnya jaringan internet di sekitar stasiun dan di dalam kereta, proses transit yang belum tertata baik di Stasiun Padalarang, kurangnya sistem peringatan di lokasi berbahaya, serta keterbatasan area parkir bagi penumpang yang menggunakan kendaraan pribadi.

Permasalahan tersebut memperkuat temuan dari sejumlah penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor penentu utama dalam membentuk loyalitas penumpang terhadap moda transportasi publik (Base et al., 2024; Leon & Dixon, 2023; Ong et al., 2024). Penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan tidak hanya membentuk pengalaman penggunaan, tetapi juga menciptakan persepsi nilai yang dirasakan, persepsi inilah yang gilirannya memperkuat kepuasan dan meningkatkan loyalitas terhadap layanan transportasi (Setiawan, 2021). Oleh karena itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan persepsi nilai ini, peneliti melakukan pra-survei terhadap 20 responden sebagai berikut.

**Tabel 1. 5 Hasil Pra-Survei *Customer Perceived Value* Kereta Cepat Whoosh**

No	Dimensi	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Utilitarian Value	Apakah Kereta Cepat Whoosh memberikan manfaat yang signifikan dibandingkan dengan moda transportasi lain?	35%	<b>65%</b>
2	Hedonic Value	Apakah suasana dalam kereta yang nyaman dapat meningkatkan mood anda?	60%	40%
3	Functional Value	Apakah anda merasa menggunakan Whoosh lebih efisien dibandingkan moda transportasi lainnya?	40%	<b>60%</b>

*Sumber: Data Olahan Penulis (2025)*

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan belum merasakan manfaat signifikan dibandingkan dengan transportasi lainnya. Hal ini tercermin dari sebanyak 65% responden tidak merasakan perbedaan mencolok antara Whoosh dan alternatif transportasi lain yang tersedia. Selain itu, dalam aspek efisiensi, hanya 40% pelanggan yang menilai Whoosh lebih unggul dibandingkan moda transportasi lainnya. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak pelanggan yang menganggap opsi transportasi lain lebih praktis atau ekonomis, sehingga menunjukkan adanya peluang bagi Whoosh untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing layanannya.

Fenomena ini mengindikasikan adanya korelasi yang kompleks antara kualitas layanan dan nilai yang dirasakan oleh penumpang, yang pada akhirnya dapat memberikan dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna dalam industri transportasi. Kotler & Armstrong (2021:37) dalam bukunya menekankan bahwa dalam pasar yang kompetitif, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga manfaat keseluruhan yang mereka terima dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh penumpang, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap setia dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain (Qiu et al., 2024; Yesitadewi & Widodo, 2024). Banyak studi juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi secara langsung menghasilkan nilai yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan penumpang dan menumbuhkan loyalitas (Abou-Shouk et al., 2024; Katili et al., 2024; Watthanaklang et al., 2024). Perusahaan perlu memantau sudut pandang pelanggan mereka, yaitu penumpang, dan mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan dan nilai keunggulan perusahaan (Hameed et al., 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah menyoroti pentingnya kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan, serta kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas di berbagai industri, hasil yang diperoleh dari sejumlah studi masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Sebagian riset menemukan

bahwa kualitas layanan memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Leon & Dixon, 2023), namun beberapa lainnya justru menyatakan sebaliknya (Hou et al., 2021; Win et al., 2024; Yesitadewi & Widodo, 2024). Bahkan, pada konteks transportasi publik, *service quality* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan tanpa peran mediasi dari *perceived accessibility* (Watthanaklang et al., 2024; J. Zhang et al., 2024). Sementara itu, *Customer Perceived Value* umumnya terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Karadağ et al., 2024; Wahab et al., 2025), tetapi pengaruh langsungnya terhadap loyalitas tidak selalu konsisten (Hameed et al., 2024; Rasoolimanesh et al., 2023). Di sisi lain, kepuasan pelanggan tidak selalu menjamin terciptanya loyalitas, tergantung pada karakteristik dan konteks industrinya (Sousa et al., 2024). Ketidakteraturan temuan ini menandakan adanya celah penelitian yang relevan untuk dieksplorasi lebih lanjut, sehingga penelitian ini akan difokuskan pada analisis mengenai **“Peran *Customer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*: Studi Kasus Kereta Cepat Whoosh”**, guna memberikan wawasan lebih mendalam mengenai dinamika faktor-faktor tersebut dalam layanan kereta cepat di Indonesia yang masih tergolong baru.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *service quality*, *customer perceived value*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada penumpang kereta cepat Whoosh?
2. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh?
3. Bagaimana pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh?

4. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh?
5. Bagaimana pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh?
6. Bagaimana pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh?
7. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh?
8. Bagaimana pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui *service quality*, *customer perceived value*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada penumpang kereta cepat Whoosh.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh.
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh.
5. Untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh.
6. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* penumpang kereta cepat Whoosh.

7. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh.
8. Untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* penumpang kereta cepat Whoosh.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik yang signifikan dengan memperkaya wawasan serta pemahaman konseptual terkait kualitas layanan (*service quality*), persepsi nilai pelanggan (*customer perceived value*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). Selain itu, hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, memperluas pengembangan teori yang telah ada, serta memberikan landasan empiris bagi studi di bidang pemasaran jasa dan perilaku konsumen dalam sektor transportasi.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi PT Kereta Cepat Indonesia China dalam mengevaluasi serta memahami sejauh mana *service quality*, *customer perceived value*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* mempengaruhi pengalaman dan keputusan penumpang dalam menggunakan layanan kereta cepat Whoosh. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain pada sektor transportasi dalam memahami dampak kualitas layanan dan nilai yang dipersepsikan pelanggan serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Lebih jauh, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran yang efektif serta langkah-langkah peningkatan layanan dalam moda transportasi modern.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Struktur penulisan dalam tugas akhir ini disusun secara sistematis untuk memberikan pemahaman yang komperhensif mengenai penelitian yang dilakukan. Sistematika ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan. Adapun susunan penulisan terdiri dari beberapa bab yang saling berkaitan, sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan gambaran umum mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai studi literatur yang digunakan untuk mendalami topik penelitian, serta untuk membangun kerangka pemikiran dan mengemukakan hipotesis sementara dari penelitian tersebut.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode yang digunakan dalam penelitian, tahapan yang dilakukan, populasi dan sampel yang diteliti, teknik pengumpulan dan sumber data, dan teknik analisis yang digunakan.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan karakteristik responden, hasil yang diperoleh dari penelitian, serta pembahasan mendalam terkait hasil tersebut.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini menyimpulkan hasil akhir penelitian dan memberikan saran yang dapat digunakan oleh pihak terkait, serta rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.