

202010160311491
Sherly Kristina Putri
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Sherly Kristina Putri

202010160311491

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)**

Oleh :

**Sherly Kristina Putri
202010160311491**

Diterima dan disetujui
pada tanggal 11 April 2026



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

M. Setiawan, S.E., M.E., Ph.D.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Sherly Kristina Putri
NIM : 202010160311491
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 11 April 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.


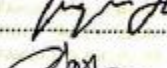


Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Pembimbing II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.


Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


M. Sri Wahyuni, S.E., M.E., Ph.D.


Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Sherly Kristina Putri
NIM : 202010160311491
Program studi : Manajemen
Surel : sherlykristina0@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 06 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Sherly Kristina Putri

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY
WITH CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER TRUST
AS MEDIATION VARIABLES
(A Study of Executive Class Gajayana Train Users)**

Sherly Kristina Putri

Management Study Program Faculty Of Economic and Business
University Muhammadiyah Malang
E-mail : sherlykristina0@gmail.com

ABSTRACT

This study evaluated and test the impact of service quality on customer loyalty, and the role of customer satisfaction and customer trust as mediating variables. This study used a quantitative approach with and explanatory research type. Data collection for this study used a survey through the distribution of questionnaires. The sample was obtained using the Lemeshow formula of 246 Gajayana Executive class train customer on the Malang – Jakarta (Gambir) route, and vice versa using accidental sampling. This study used path analysis tool. The findings of this study indicate that service quality has a positive and significant impact on customer loyalty. Customer satisfaction does not have a positive and significant impact on customer loyalty. Customer trust has a positive and significant impact on customer loyalty. Service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant impact on customer trust. Customer satisfaction does not mediate the effect of service quality on customer loyalty. Customer trust can mediate the effect of service quality on customer loyalty.

Keywords : *service quality, customer satisfaction, customer trust, customer loyalty*

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)**

Sherly Kristina Putri

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail : sherlykristina0@gmail.com

ABSTRAK

Studi ini mengkaji serta menguji dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dan peran kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediator. Pada studi ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan survey melalui penyebaran kuesioner. Sampel didapatkan dengan menggunakan rumus Lemeshow sebanyak 246 pelanggan kereta api Gajayana kelas Eksekutif dengan rute Malang-Jakarta (Gambir), dan sebaliknya dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*. Studi ini menggunakan analisis jalur (*path analyse*) melalui SPSS Versi 29 sebagai alat analisis data. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak memberikan dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan memberikan dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta menguji peran kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan kereta api Gajayana kelas Eksekutif dengan rute Malang-Jakarta (Gambir), dan sebaliknya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto, S.E., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu luang, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan saat proses penyusunan skripsi ini.
5. Luqman Dzul Hilmi, S.E, M.BA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu luang, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan saat proses penyusunan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah

memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah hingga penyusunan skripsi ini.

7. Terimakasih kepada ayah sebagai cinta pertama bagi anak perempuannya sekaligus panutan hidupku, dan kepada mamah sebagai pintu surgaku. Terimakasih atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan moral maupun material yang telah diberikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga meraih gelar sarjana. Tak lupa kepada kakak laki-laki saya, terimakasih sudah menjadi motivasi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada seluruh teman seperjuangan saya yang telah membantu penulis selama perkuliahan maupun proses dalam penyusunan skripsi ini.
9. *Last but not least*, Terimakasih kepada diri saya sendiri Sherly Kristina Putri. Terimakasih karena telah bertahan sampai sejauh ini, untuk segala tekanan, keraguan, dan air mata terimakasih karena tetap memilih melangkah meski jalan yang dilewati tak selalu ramah. Kini, semua proses itu terbayar ketika karya tulis tugas akhir ini diselesaikan dengan baik. Hal ini bukan hanya tentang pencapaian akademik, tetapi juga bagaimana bertumbuh menjadi pribadi yang lebih dewasa, kuat, dan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak, khususnya para pembaca, sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Atas perhatian serta dukungan yang telah diberikan, penulis menyampaikan terimakasih.

Malang, 03 Maret 2026

Penulis,

Sherly Kristina Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Problem Statement	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pikir dan Hipotesis	50
BAB III	60
METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Lokasi/ Objek Penelitian	60

3.3 Populasi, Sampel dan Sampling	60
3.4 Definisi Operasional Variabel	63
3.5 Sumber Data	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data	68
3.5 Teknik Pengukuran Data	69
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	69
3.7 Teknik Analisis Data	72
3.8 Uji Asumsi Klasik	75
BAB IV	81
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1 Deskripsi Data	81
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.3 Pembahasan	110
4.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	126
BAB V.....	128
PENUTUP.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Implikasi Penelitian.....	133
5.3 Keterbatasan Penelitian	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan CSI dan Nps PT KAI (2021-2025)	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Pengukuran Data	69
Tabel 3. 3 Rentang Skala	72
Tabel 4. 1 Status Sosial Responden	82
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	83
Tabel 4. 3 Pendapatan per Bulan.....	83
Tabel 4. 4 Asal Tempat Tinggal Responden.....	84
Tabel 4. 5 Tujuan Menggunakan Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif	85
Tabel 4. 6 Uji Validitas	86
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	88
Tabel 4. 8 Distribusi Responden Variabel Kualitas Layanan (X).....	89
Tabel 4. 9 Distribusi Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z1).....	93
Tabel 4. 10 Distribusi Responden Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z2).....	95
Tabel 4. 11 Distribusi Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	97
Tabel 4. 12 Model Summary Persamaan 1	100
Tabel 4. 13 Path Analysis Persamaan 1	100
Tabel 4. 14 Model Summary Persamaan 2	101
Tabel 4. 15 Path Analysis Persamaan 2	101
Tabel 4. 16 Model Summary Persamaan 3	102
Tabel 4. 17 Path Analysis Persamaan 3	102
Tabel 4. 18 Uji Normalitas.....	103
Tabel 4. 19 Uji Multikolinearitas	105
Tabel 4. 20 Acuan Perhitungan Sobel Persamaan 1	108
Tabel 4. 21 Acuan Perhitungan Sobel Persamaan 2	109

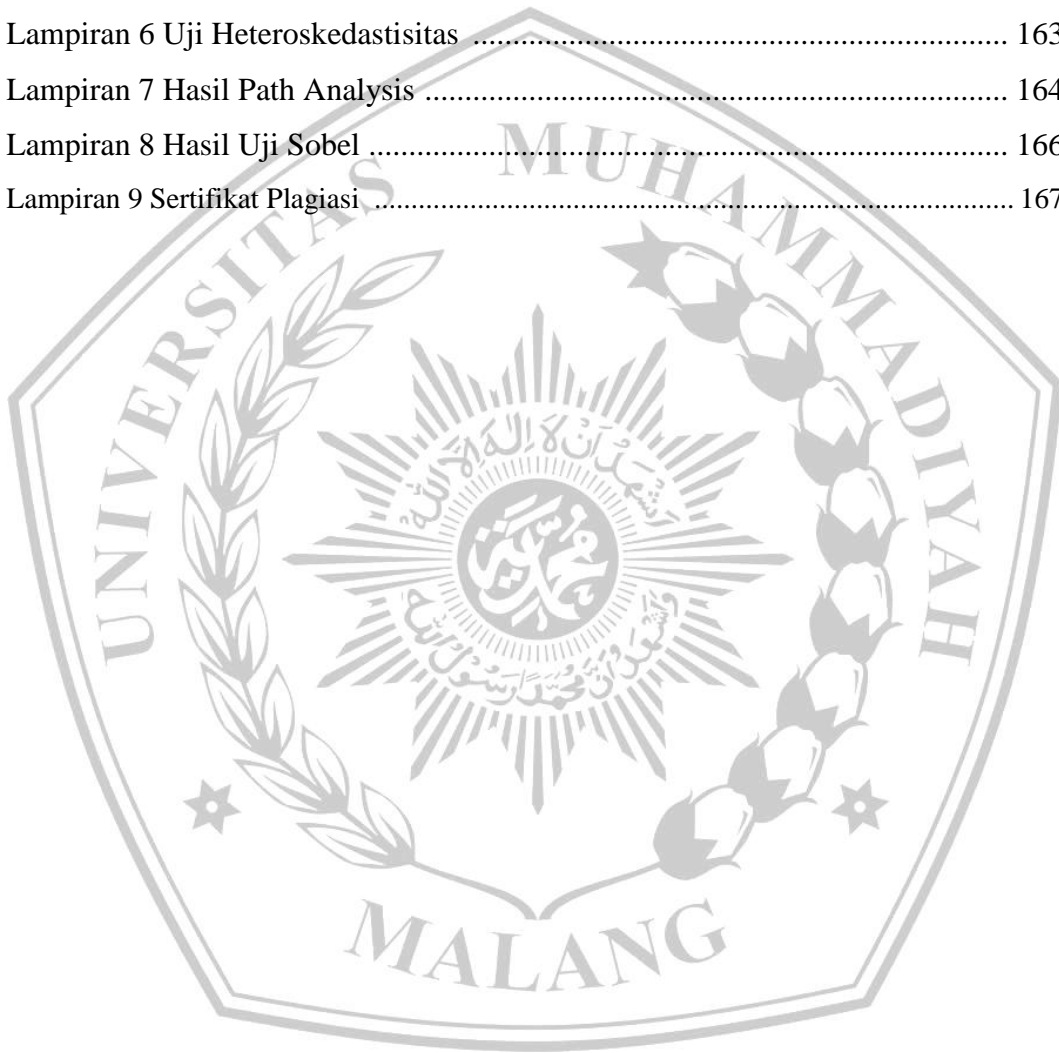
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 S-O-R Theory.....	13
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir.....	50
Gambar 4 1 Uji P-Plot.....	104
Gambar 4 2 Uji Heteroskedastisitas.....	106
Gambar 4 3 Uji Sobel Persamaan 1.....	109
Gambar 4 4 Uji Sobel Persamaan 2.....	110



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	147
Lampiran 2 Uji Validitas	155
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	158
Lampiran 4 Uji Normalitas	162
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas	163
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas	163
Lampiran 7 Hasil Path Analysis	164
Lampiran 8 Hasil Uji Sobel	166
Lampiran 9 Sertifikat Plagiasi	167



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aristiani, P. N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang Dan Dampak Terhadap Loyalitas Penumpang Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Pelabuhan Merak - Rangkasbitung. 7(1), 1–7.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2.
- Ayuningtyas, N. A., & Adinda, M. R. (2024). Kualitas Layanan Access by KAI dan Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. 12(2), 232–245.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan*

Ekonomi, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>

Cuhanazriansyah, M. R., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DANA pada masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(2), 311–319. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i2.35853>

Devi, A. A. D. T., & Yasa, N. N. K. (2021). Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality and Perceived Value on Brand Loyalty. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(3), 315–328. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n3.1786>

Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC). *Jurnal Ekonomi*, 1(2), 481–491.

Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN*. 8(11), 6741–6761.

Firdaus, M. A., Ediyanto, & Tulhusnah, L. (2022). *PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENINGPADA WARUNG TANJUNG DI SITUBONDO*. 1(8), 1573–1586.

Flores, L. C., Ong, A. K. S., Andrew, R., Iv, G. R., Palad, T. M. C., Concepcion, J. D. D., & Aguas, R. D. (2025). *Assessment of Service Quality and Trust of E-Public Transportation in Doha Qatar*. 16(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/wevj16030174>

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar* (9th ed., Issue September). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. http://slims.umn.ac.id/index.php?id=19545&p=show_detail&utm_source=chatgpt.com

- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Handijono, A., Gunarto, R. I., & Marpitasa, S. (2021). Menjaga Loyalitas Pelanggan Dengan Strategi Crm Pada Pt. Desalite, Pamulang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.912>
- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Homburg, C., & Giering, A. (2001). Personal characteristics as moderators of the relationship between customer satisfaction and loyalty - An empirical analysis. *Psychology and Marketing*, 18(1), 43–66. [https://doi.org/10.1002/1520-6793\(200101\)18:1<43::AID-MAR3>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200101)18:1<43::AID-MAR3>3.0.CO;2-I)
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.
- Husna, F., Gama, P., & Utami, A. R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PINTAAR.COM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati*, 3(April), 202–212.
- Irsa, M. J., & Pradana, M. (2024). *Website Quality Analysis , Trust and Loyalty of*

Indonesian Railway Service. 12, 143–150.
<https://doi.org/10.37394/232018.2024.12.14>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kusnadi, R., Wijaya, A. F., & Tanaem, P. F. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Serasi Autoraya (Trac) Semarang. *Sebatik*, 23(1), 28–35. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i1.440>

Lackman, R., & Almassawa, S. F. (2025). *SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KERETA COMMUTER LINE (Studi pada Commuter line Rute Bogor ke Jakarta Kota)*. 3(1), 1703–1714.

Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Mehrabian, A., & Russel, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. The MIT Press.

Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing*, 58(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224299405800302>

Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen* (5th ed.). Erlangga.

Munas Dwiyanto, B. (2021). PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Muzaki, K., Safitri, D., & Nurkhin, A. (2019). *Economic Education Analysis Journal*. 8(2), 501–515. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31479>
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3), 104–133.
- Nur ‘Ain, A., & Susila, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Uang Elektronik Pada Masyarakat Kabupaten Sukoharjo Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 11–20.
- Oliver, R. L., & Burke, R. R. (1999). Expectation Processes in Satisfaction Formation: A Field Study. *Journal of Service Research*, 1(3). [https://doi.org/https://doi.org/10.1177/109467059913002](https://doi.org/10.1177/109467059913002)
- Parasuraman, A., Berry, L. L., Zeithaml, V. A., Kelley, S. W., & Turley, L. . (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 5–6. <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0148296399000843>
- Podengge, R. K. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang*. 1(2).
- Prasetyo, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 08(116), 82–94. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4345>
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 505–517.

- Priyono. (2008). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. ZIFATAMA PUBLISHING.
- Putri, W. I. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Citra Perusahaan Dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 141–149.
- Rahmadhani, A. W., & Kinasih, R. K. (2024). Analisis Persepsi Pengguna Terhadap Layanan Commuter Line (Rute Depok – Jakarta Kota). *Jurnal Gradasi Teknik Sipil*, 8(1), 40–52. <https://doi.org/10.31961/gradasi.v8i1.2385>
- Rahmadiane, G. D., Utami, E. U. S., & Widiанти, H. (2022). Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan BRI Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 11–16. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/40227/18880>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Rat, A. H., A. S. T. S. L., & Hutabarat, J. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api Eksekutif DAOP 8 Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 1(2), 3–9.
- Ricardianto, P., Risdiana, A. O., Abdurachman, E., Saputro, S. E., & Purba, O. R. (2024). PASSENGER LOYALTY AND SATISFACTION: EMPIRICAL EVIDENCE AT THE SOUTH SUMATRA LRT STATION IN INDONESIA. *Scientifict Journal Of Management*, 14(1), 82–100.
- Rinaldi, I. M., Lubis, P. H., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan*

Perbankan, 8(3), 19–48. <http://infotentangbank.blogspot.co.id>

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.

Said, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Haidee Rental Malang). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 158. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.143>

Sanchez-Franco, M. J. (2009). The Moderating Effects of Involvement on the Relationships Between Satisfaction, Trust and Commitment in e-Banking. *Journal of Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.04.007>

Saputra, M. R., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Maulana, A. (2024). *The Influence of Service Quality from PT Kereta Api Indonesia (Persero) on Customer Satisfaction at PT Bukit Asam Tbk*. 11(6), 236–242.

Setianingrum, H. W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta Api Commuter Line Jabodetabek pada Stasiun Bogor. *Cakrawala*, XVIII(1), 51–58. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2731/2318>

Shuyuan, L., & Putro, U. S. (2024). *Passenger Service Satisfaction Evaluation of Jakarta-Bandung High-Speed Railway*. 9(4), 115–126.

Smith, R. E., & Wright, W. F. (2004). Determinants of Customer Loyalty and Financial Performance. *Journal of Management Accounting Research*, 16(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.2308/jmar.2004.16.1.183>

Suartina, I. N. S. I. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Grab Di Denpasar (Studi Pada Pelayanan Grab di Kota Denpasar). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 95–103.

Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. In *Data*

Kualitatif.

- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D* (Ed. 2 ; Cet. 1 (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Sugiyono Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif* (Suyandari (ed.)).
- Sujarweni, W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi : Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sundoro, D. (2022). *Indeks Kepuasan Pelanggan KAI Tertinggi dalam Lima Tahun*. <https://rri.co.id/bisnis/1849675/indeks-kepuasan-pelanggan-kai-tertinggi-dalam-lima-tahun>
- Syahrani, Karunia, E., Asdar, M., Akmar, M., Kamase, J., & Sajidan, M. (2022). *Analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi*. 18(1), 95–104. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i1.10519>
- Syaifuddin, J. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus : Kereta Jenggala jurusan Mojokerto-Sidoarjo)* Jefry Arif Syaifuddin*. 1–20.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4, 445–460.
- Tandiwijaya, R., & Puspa Rini, Y. (2022). Pengaruh gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan tiket hotel pada aplikasi pegipegi (studi kasus pada pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–9.

- The Liang Gie. (1999). *Manajemen Pengembangan Ilmu di Negara Indonesia Sebuah Pemikiran The Liang Gie* (1st ed.). Yogyakarta Gadjah Mada University Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?>
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *PEMASARAN JASA: Prinsip penerapan penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *STRATEGI PEMASARAN : Prinsip & Penerapan* (1st ed.).
- Triani, R. A., & Purwanto, S. (2024). *Analysis of Service Quality on Train Customer Loyalty of KAI Access users* (Vol. 2023, Issue I cort 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-384-9>
- Tsalatsa, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Diskusi Kopi Kafe Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1464–1471.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/42041>
- Walangare, J. L., Moniharapon, S., & Roring, F. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di The Coffee Bean Mantos. *Emba, Issn: 2303-1174*, 7(1), 581–590.
- Yanto, A. F. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta Api Di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Ekonomi Teknik Informatika*, 1(2), 71–85.
- Yunani, A., Sakti, M. R. P., Perdana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality ' s Impacts on Satisfaction : A Case of Indonesian Facilities and Service Quality ' s Impacts on Satisfaction : A Case of Indonesian Train Service Customers. *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND*

ECONOMICS. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>

Yurindera, N. (2023). Mediasi Kepercayaan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 73–77. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2.751>

Zakia Akmalia, A. A. R. (2022). Pengaruh Etika Pemasaran Islami Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 195–213.

Zeithaml, & Bitner. (2003). Reassessment Of Expectations As A Comparison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Further Research. *Journal Of Marketing*, 111–124.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm 7th Edition* (7th ed.). New York : Mc Graw-Hill.

Zhang, G., Yue, X., Ye, Y., & Peng, M. Y. P. (2021). Understanding the Impact of the Psychological Cognitive Process on Student Learning Satisfaction: Combination of the Social Cognitive Career Theory and SOR Model. *Frontiers in Psychology*, 12(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.712323>

Zikmund, W. G. (2003). *Business Research Methods* (7th ed). Thomson/South-Western.

Lampiran 9 Sertifikat Plagiasi



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 5/3/2026

Kode : 2894889595

Nama : Sherly Kristina Putri

NIM : 202010160311491

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Gajayana Kelas Eksekutif)

Persentase Plagiasi : 8%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

