

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG SUROBOYO BUS**Nadia Azzahra Wibowo¹, Ayun Maduwinarti², Diana Juni Mulyati³****Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya****nadiaazzarah34@gmail.com¹, ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id², diana@untag-sby.ac.id³****Abstract**

This study aims to examine and analyze the influence of customer experience and service quality on the satisfaction of Suroboyo Bus passengers in Surabaya. Traffic congestion has become a major issue in Surabaya, prompting the local government to introduce Suroboyo Bus as an environmentally friendly public transportation alternative. Although the initiative is innovative, various complaints from users regarding service quality and passenger experience indicate that improvements are still needed. Therefore, this research is crucial in understanding how customer experience and service quality affect passenger satisfaction. A quantitative approach was used, with data collected through questionnaires distributed to 98 respondents who have used the Suroboyo Bus service. The research instrument was tested for validity and reliability. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) were used to measure both partial and simultaneous influences of the independent variables on the dependent variable. The results show that both customer experience and service quality have a significant influence on passenger satisfaction, with a significance value of 0.02 for both variables. This indicates that aspects such as comfort, ease of access, emotional connection, interaction with staff, and overall service quality play a vital role in shaping the satisfaction levels of Suroboyo Bus users. In conclusion, the study recommends that Suroboyo Bus management and the Surabaya city government continue to improve both service delivery and passenger experience to support sustainable, satisfying, and eco-friendly public transportation.

Keywords: *Customer Experience, Service Quality, Passenger Satisfaction, Suroboyo Bus*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh customer experience dan kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang Suroboyo Bus di Kota Surabaya. Permasalahan kemacetan di Surabaya mendorong pemerintah menghadirkan alternatif transportasi ramah lingkungan berupa Suroboyo Bus. Namun, meskipun inovatif, masih ditemukan keluhan dari masyarakat terkait pengalaman dan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

mengukur sejauh mana pengalaman pelanggan customer dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan penumpang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 98 responden yang pernah menggunakan layanan Suroboyo Bus. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 26. Uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik customer experience maupun kualitas layanan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang, dengan nilai signifikansi pada kedua variabel sebesar 0,02. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman penumpang, seperti kenyamanan, kemudahan, interaksi sosial, serta kualitas layanan dari petugas, armada, dan fasilitas halte, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi puas atau tidak puasnya penumpang terhadap layanan Suroboyo Bus. Dengan demikian, penelitian ini menyarankan agar pengelola Suroboyo Bus dan pemerintah kota Surabaya terus meningkatkan aspek pengalaman dan pelayanan kepada pengguna demi tercapainya transportasi publik yang efektif, ramah lingkungan, dan memuaskan masyarakat.

Kata Kunci: Customer Experience, Kualitas Layanan, Kepuasan Penumpang, Transportasi Publik, Suroboyo Bus

1. Pendahuluan

Kota Surabaya sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia belum terlihat mengusung konsep integrasi sistem transportasi kota dalam mengatasi permasalahan transportasi kota. Beberapa upaya pemecahan permasalahan transportasi di Kota Surabaya masih terfokus dalam peningkatan kapasitas jaringan jalan. Solusi tersebut merupakan solusi praktis dan bersifat temporal yang justru akan mendorong semakin tingginya tingkat pertumbuhan kendaraan bermotor. Permasalahan ini menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi yang menyebabkan permasalahan kemacetan terjadi di Kota Surabaya. Dalam kurun waktu tahun 2008-2011, jumlah kendaraan pribadi mobil dan motor bertambah 413.853 kendaraan. Hal tersebut berbanding lurus dengan tingkat kejenuhan jalan-jalan utama di koridor utara-selatan Kota Surabaya seperti Jalan Ahmad Yani, Jalan Wonokromo, Jalan Darmo, dan Jalan Urip Sumoharjo yang mencapai nilai rata-rata mendekati dan lebih dari satu pada tahun 2012. Tingkat kejenuhan sebesar itu tergolong tingkat pelayanan jalan di mana telah terjadi kemacetan dalam waktu yang lama Transportasi adalah salah satu aspek penting di perkotaan. Dengan menduduki peringkat sebagai kota terbesar kedua di Indonesia setelah Kota Jakarta, Kota Surabaya tidak bisa lepas dari kemacetan sebagai permasalahan yang terus terjadi setiap tahunnya.

2. Tinjauan Pustaka

Customer experience

Menurut Meyer and Schwager (dalam Pramudita dan Japariato, 2013) pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan Perusahaan.

Kualitas layanan

Menurut Tjiptono (dalam Aptaguna dan Pitaloka, 2016) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Soedarmo (2006) kepuasan pelanggan (*customer service*) adalah suatu kondisi puas, senang atau bangga yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan diatas layanan sejenisnya.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini berlokasi di halte wilayah Kota Surabaya dan dilakukan selama 4 bulan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu penumpang Suroboyo Bus yang dikategorikan sebagai populasi yang tidak terbatas karena memiliki jumlah yang tidak dapat dihitung.

Sampel

Teknik sampel yang digunakan adalah probability sampling. jumlah sampel yang didapatkan untuk mendukung penelitian ini yaitu sebesar 98 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling.

Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Sugiyono, (2010) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Jika populasinya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga, waktu dan biaya maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel		r-hitung	r-tabel	Keterangan
Customer experience (X1)	X1.1	0,637	0,361	Valid
	X1.2	0,587	0,361	Valid
	X1.3	0,696	0,361	Valid
	X1.4	0,760	0,361	Valid
	X1.5	0,723	0,361	Valid
	X1.5	0,647	0,361	Valid
Kualitas layanan (X2)	X2.1	0,561	0,361	Valid
	X2.2	0,705	0,361	Valid
	X2.3	0,754	0,361	Valid
	X2.4	0,697	0,361	Valid
	X2.5	0,785	0,361	Valid
Kepuasan penumpang (Y)	Y.1	0,852	0,361	Valid
	Y.2	0,737	0,361	Valid
	Y.3	0,763	0,361	Valid
	Y.4	0,835	0,361	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel *Customer experience*(X1), *Kualitas layanan* (X2), Kepuasan penumpang (Y) dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan hasil hitung setiap pernyataan r hitung $>$ r tabel yaitu 0.361 dengan taraf signifikan.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ambang Batas	Keterangan
<i>Customer experience</i> (X1)	0,756	0.600	Reliabel
Kualitas layanan (X2)	0,740	0,600	Reliabel
Kepuasan penumpang (Y)	0,798	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan dari keseluruhan variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $>$ 0,600 maka semua item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0005754
	Std. Deviation	1.02186499
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.054
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.193
	99% Confidence Interval	Lower Bound .183
		Upper Bound .203

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$ dapat diartikan bahwa penelitian ini memiliki data yang berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.472	1.349		1.832	.070		
	X1	.297	.067	.405	4.418	<.001	.526	1.901
	X2	.341	.074	.424	4.627	<.001	.526	1.901

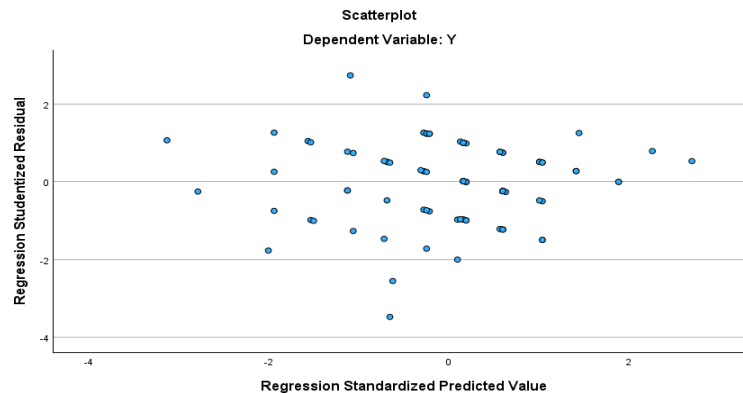
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti,2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan didapatkan nilai nilai tolerance variabel *customer experience* (X1) = 0,526 dan variabel kualitas penumpang (X2) =0,526. Sedangkan untuk nilai VIF variabel *customer experience* (X1) = 1,901 dan untuk variabel kualitas layanan (X2) = 1,901. Dimana keseluruhan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolineritas antar variabel independen dalam model regresi ini.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa bahwa titik-titik terdistribusi secara acak dan ditempatkan dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu, maka dapat kita simpulkan bahwa tidak ada masalah varians dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.472	1.349		1.832	.070		
	X1	.297	.067	.405	4.418	<.001	.526	1.901
	X2	.341	.074	.424	4.627	<.001	.526	1.901

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil persamaan regresi linear berganda antara digital marketing (X1), word of mouth (X2) dan customer trust (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2.472 + 0.297X_1 + 0.341X_2 + e$$

Kesimpulan hasil pengujian diatas yaitu sebagai berikut :

Persamaan diatas dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 2.472. Pada nilai konstanta tersebut yang berarti jika variabel *customer experience* (X1) dan variabel kualitas layanan (X2) sama dengan 0, maka variabel kepuasan penumpang (Y) bernilai sebesar 2.472, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
2. Nilai koefisien regresi *customer experience* (X1) adalah sebesar 0,297 sehingga hasil yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel *customer experience* (X1) dengan kepuasan penumpang (Y). Hal ini menyatakan apabila *customer experience* pada Suroboyo Bus ada peningkatan 1 satuan maka kepuasan penumpang (Y) akan meningkat sebesar 0,297, dengan asumsi

variabel lainnya konstan.

3. Nilai koefisien regresi kualitas layanan adalah sebesar 0,341 sehingga hasil yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel kualitas layanan (X2) dengan kepuasan penumpang (Y). Hal ini menyatakan apabila kualitas layanan pada Suroboyo Bus ada peningkatan 1 satuan maka kepuasan penumpang (Y) akan meningkat sebesar 0,341, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Uji t(Uji Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T(Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.783	2.158		2.681	.009
	X1	.240	.075	.304	3.186	.002
	X2	.259	.080	.310	3.246	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

1. Pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan penumpang

Variable *customer experience* memiliki nilai signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Artinya H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang.

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang

Variable kualitas layanan memiliki nilai signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Artinya H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Parsial)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.366	2	71.683	65.672	<.001 ^b
	Residual	103.696	95	1.092		
	Total	247.061	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada data tabel diatas bisa dilihat hasil pada pengujian tersebut memiliki nilai uji F di atas memperoleh nilai sebesar 65,672 dimana F hitung > F tabel

(65,672 > 2,699) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain *customer experience* dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Suroboyo Bus.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.571	1.04476

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai Koefisien determinasi R^2 yaitu 0,580 atau sebesar 58% yang artinya nilai tersebut mampu menjelaskan bahwa variabel *customer experience* dan kualitas layanan memberikan kontribusi kepada variabel kepuasan penumpang sebesar 58% untuk sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Customer Experience Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Penumpang pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *customer experience* (X1) memiliki nilai signifikan yang berarti diterima. Dengan demikian, *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang Suroboyo Bus. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara persepsi terhadap kinerja pelayanan dengan harapan pelanggan. Jika pengalaman pelanggan saat menggunakan transportasi sesuai atau melebihi harapan, maka akan menimbulkan kepuasan. Secara empiris, data tabulasi rata-rata menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap dimensi *sense, feel, think, act*, dan *relate experience* yang mereka alami. Rata-rata skor kepuasan terhadap suasana bus dan pengalaman menyenangkan selama perjalanan tergolong tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa suasana fisik dan emosional selama menggunakan Suroboyo Bus, seperti kenyamanan tempat duduk, keamanan selama perjalanan, dan kemudahan informasi rute, sangat berpengaruh dalam menciptakan kesan positif. Dalam konteks ini, aspek-aspek pengalaman pelanggan yang dikelola dengan baik berkontribusi secara nyata terhadap kepuasan pelanggan. Ketika pengalaman melampaui harapan, maka akan muncul kepuasan yang lebih tinggi. Penelitian ini juga mendukung temuan dari Vina Syafira Arbania dan Derizka Inva Jaswita (2024)

yang menunjukkan bahwa customer experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CGV Teras Kota.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penumpang

variabel *kualitas layanan* memiliki nilai signifikansi, dan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Penilaian kualitas layanan dalam penelitian ini meliputi lima indikator menurut model SERVQUAL: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil tabulasi data menunjukkan bahwa indikator seperti kesopanan petugas, kebersihan fasilitas, serta ketepatan waktu kedatangan bus memperoleh skor tinggi dari responden.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2006) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan pelanggan secara tepat waktu dan sesuai harapan. Bila kualitas yang diterima sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas, bahkan cenderung merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Adapun Temuan yang sejalan dengan penelitian Mutiara Nur dan Dadan Ahmad Fadili (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Travellers Hotel Jakarta.

Pengaruh Customer Experience dan Kualitas Layanan secara Simultan terhadap Kepuasan Penumpang Pada Suroboyo Bus

customer experience dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang Suroboyo Bus.

Pengaruh simultan yang signifikan ini menunjukkan bahwa pengelolaan pengalaman pelanggan dan pelayanan teknis harus berjalan seiring. Ketika kedua faktor ini selaras, maka akan menciptakan pengalaman transportasi yang utuh – baik dari sisi emosional, praktikal, maupun fungsional. Hal ini dikuatkan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berasal dari keseluruhan interaksi yang dialami pelanggan, bukan hanya dari produk atau layanan semata.

Sebaliknya, apabila hanya satu faktor yang unggul sementara faktor lain diabaikan, maka tingkat kepuasan yang dicapai tidak akan optimal. Contohnya, meskipun bus nyaman dan modern, namun jika petugas tidak ramah atau sistem pembayaran menyulitkan, maka pengalaman pelanggan akan tetap buruk. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh: Vina Syafira Arbania dan Derizka Inva Jaswita (2024) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan customer experience secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, P.U., Yulianto, B. dan Amiroatul, M.H.M., 2017. Analisis Kinerja Angkutan Umum Perkotaan Jlur 01B dan 06 di Wilayah Surakarta. e-Jurnal Matriks Teknik Sipil, hal 575- 582.

Adriana, M. C., Rizki, M., & Joewono, T. B. (2019). Investigating Satisfaction and Its Determinants of BRT-Lite Services in Indonesian Cities. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 13, 1447-1468.

Afandi, A. (2019). Menakar Kemacetan Kota Medan di Tahun 2019. Retrieved from <https://analisadaily.com/berita/arsip/2019/4/2/716644/menakar-kemacetan-kota-medan-di-tahun-2019/>. 18 February 2021.

Aptaguna, I. D., & Pitaloka, R. D. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1).

Cetin, G., & Dincer, F. I. (2014). Influence of customer experience on loyalty in the services sector. *Journal of Business Research-Turk*, 6(1), 4-20.

Ciofica, C. E., & Florea, C. (2014). Public Transportation, the Engine of Sustainable Development and Growth. *Calitatea*, 15(S1), 390.)

Cervero, R., & Kang, C. D. (2011). Bus rapid transit impacts on land uses and land values in Seoul, Korea. *Transport Policy* 18(1), 102-116.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haqie, A. S., Putri, A. W., & Rahman, F. (2020). Transportasi berkelanjutan di kota metropolitan. *Jurnal Teknik Sipil*, 10(2), 155-164.

Indahsari, Dyah Ayu Risnu. A.A, Analisis Kinerja Suroboyo Busroute Barat-Timur Terhadap Kepuasan Pelaku Transportasi, *Jurnal Teknik Its* Vol. 8, No. 2.

Janah, I., Mulyati, A., & Dwi, N. (2023). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-10.

Kibthiah, M. (2023). Suroboyo bus sebagai sistem transportasi berkelanjutan di kota Surabaya. *Vol. 23 No. 1 April 2023: 11-18*, 11-18.

Kotler dan Armstrong, 1997. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, Erlangga Jakarta. Kotler. 2007 “ *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*” Jakarta: Penerbit PT. Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manoppajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang.

Munwaroh, U. L., & Riptiono, S. (2021). Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Customer Malindo Corner). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(5), 1030-1046.

Munwaroh, N., & Riptiono, H. (2021). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 20-30.

Nugroho, Lanugranto Adi. (2008). *Konsumen Dan Jasa Transportasi (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Pada Konsumen Fasilitas Publik Transportasi Darat Dan*

Pelayanan Jasa Transportasi. (Online), (<http://eprints.ums.ac.id/>). Diunduh 14 April 2019.

Pandey, S.V., 2012. Individual Atitude Terhadap Keberhasilan dan Kegagalan BRT. Jurnal Tekno Sipil, Vol. 10, No. 57, hal 39-46.

Pandey, S. (2012). Bus Rapid Transit System: A sustainable transport option. International Journal of Scientific & Engineering Research, 3(9).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12- 40.

Pramudita, A. A., & Japariato, E. (2013). Analisis customer experience terhadap loyalitas pelanggan. Jurnal Manajemen Pemasaran, 7(1), 1-9.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2009. “ Metode Penelitian Bisnis”. Bandung Alfabeta.

Shandra, F., & Murwatiningsih, M. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 5(2).

Sulistyowati, Arini. Optimalisasi Pengelolaan Dan Pelayanan Transportasi Umum (Studi Pada “Suroboyo Bus” Di Surabaya, Universitas Wijaya Putra, Surabaya.

Supriyatno, Dadang. Kinerja Layanan Bis Kota Di Kota Surabaya, Jurnal Transportasi Vol. 10 No. 1 April 2010: 43-52.

Simanjuntak, Y., & Purba, J. T. (2020). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 5(1).

Tjiptono dalam Harsono. 2013. “ Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Terjemah Edisi Ke Delapan “. Jakarta : PenerbitPelindo.