

Menganalisis Kualitas Pelayanan Ojek Pada Angkutan Hasil Pertanian: Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM)

A.Aisyah ^{1*}, Hakzah ², Mustakim ³ Ahmad Yauri Yunus⁴

¹²³ Civil Engineering Department, University Muhammadiyah Parepare, Indonesia.

⁴ Civil Engineering Department, Universitas Bosowa Makassar, Indonesia.

Jl. Jend Ahmad Yani No.KM. 6, Bukit Harapan, Kec, Soreang, Kota Parepare, Indonesia.

Abstrak

Kabupaten Pinrang merupakan salah satu penghasil beras terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan Indonesia dimana pekerjaan utama dari penduduk adalah petani. Kebutuhan angkutan hasil pertanian sangat dibutuhkan dan yang digunakan oleh Masyarakat petani adalah kendaraan modifikasi yaitu sepeda motor taxi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat Kualitas pelayanan berdasarkan karakteristik. Metode penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif berdasarkan survei kusioner terhadap 130 responden dengan model analisis *Structural Equation Model* dibantu software *Analysis Moment of Structure* versi 23. Hasil analisis penelitian menunjukkan variable *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan ke *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan *Customer Loyalty* ke *Customer Loyalty*, *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan ke *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan ke *Customer Loyalty*, karena nilai *Critical Rasio* menunjukkan nilai >1,960 dan nilai *P-value* <0,005 sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima sedangkan variable *Price Fairness* berpengaruh tidak signifikan ke *Customer Satisfaction* karena nilai *P-value* sebesar 0,612

Kata kunci: *Transportation; Sepeda Motor Taxi; Kualitas Layanan; SEM.*

Abstract

Pinrang Regency is one of the largest rice producers in South Sulawesi Province, Indonesia, where the main occupation of the population is farming. The need for transportation of agricultural products is very much needed and what is used by the farming community is a modified vehicle, namely a motorcycle taxi. This research aims to determine the level of *service quality* based on characteristics. The research method uses descriptive quantitative based on a questionnaire survey of 130 respondents with the *Structural Equation Model* analysis model assisted by *Analysis Moment of Structure* software version 23. The results of the research analysis show that the *Service Quality* variable has a positive and significant effect on *Customer Satisfaction*, *Service Quality* has a positive and significant effect on *Customer Loyalty*, *Price Fairness* has a positive and significant effect on *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* has a positive and significant effect on *Customer Loyalty*, because the *Critical Ratio* value shows value >1.960 and *P-value* <0.005 so that the hypothesis in this research can be accepted, while the *Price Fairness* variable has no significant effect on *Customer Satisfaction* because the *P-value* is 0.612.

Keywords: *Transportation; Motorcycle Taxi; Service Quality; SEM.*

1. Pendahuluan

Transportasi merupakan pendukung kegiatan manusia dan sudah menjadi salah satu kebutuhan mendasar manusia yang tak terpisahkan dengan kehidupan manusia itu sendiri (Fadly et al, 2021). Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang dan

manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Ada tiga hal yang berkaitan dengan transportasi, yakni ada muatan yang di angkut, tersedia kendaraan sebagai alat angkutannya dan ada jalan yang dapat di lalui (Irawan, 2022). Faktor yang berpengaruh pada tingkat pertumbuhan transportasi pada suatu wilayah adalah faktor geografis, ekonomi, teknologi, sosial, politik, dan lingkungan (Morlok, 1995). Transportasi berfungsi sebagai faktor penunjang dan perangsang pembangunan

*) Penulis Korespondensi.

E-mail: andiaisyahh@gmail.com

dan pemberi jasa bagi perkembangan ekonomi (Putri et al., 2018). Transportasi pedesaan merupakan transportasi yang berfungsi memperlancar (daya jangkau) masyarakat pedesaan untuk menyalurkan informasi dan segala jasa di pedesaan (Pamungkas et al., 2022). Kendaraan pedesaan diperlukan untuk membantu produktivitas dan memobilisasi hasil-hasil pertanian sehingga mendorong peningkatan kegiatan perekonomian (Mayanda et al., 2018).

2. Tinjauan Pustaka

a. Sepeda Motor Taxi

Penelitian sebelumnya, moda transportasi angkutan hasil pertanian yakni sepeda motor taxi telah banyak digunakan oleh masyarakat di Sulawesi Selatan untuk mengangkut hasil pertanian. Selain itu sepeda motor taxi sangat baik digunakan terutama pada saat musim panen raya sehingga masyarakat melakukan modifikasi atau menjadi operator sebagai mata pencaharian tambahan selain sebagai petani (Hakzah et al., 2022). Sepeda Motor Taxi merupakan suatu kegiatan mengangkut hasil pertanian menggunakan motor modifikasi. Petani memilih menggunakan sarana sepeda motor taxi karena mampu mengangkut puluhan bahkan ratusan karung gabah perhari tergantung jarak dan kondisi medannya sehingga gabah petani tidak rusak lantaran tinggal berminggu-minggu kehujanan di tengah sawah (Hakzah et al., 2022). Awalnya motor modifikasi digunakan oleh para petani di yang dikenal dengan sepeda motor taxi, motor tersebut didesain untuk medan licin dan berlumpur (gambar 2). Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan di kabupaten Sidenreng Rappang, untuk itu penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana tingkat kepuasan dan loyalitas petani yang menggunakan sepeda motor taxi sebagai alat angkut hasil pertanian berdasarkan karakteristik petani khususnya di kabupaten Pinrang dengan menggunakan analisis Sem Amos.

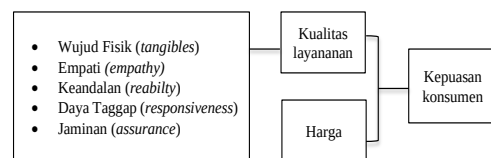
b. Kualitas Layanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009). Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Lupiyoadi, 2008). Dimensi Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjadi dasar pengembangan telah terhadap kualitas layanan, yaitu berwujud (*tangibles*), keandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (Utami et al., 2010). Arti dasar kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan

untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan pelayanan diartikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh pemilik berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan oleh sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan (Parasuraman A, dkk. 2006). Kualitas Layanan adalah kesesuaian penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, dimana kualitas dijadikan tolak ukur (Ramadan & Juma, 2019).

c. kepuasan Pelanggan

Menurut Giesedan Cote dalam Literatur dan Pandangan Pelanggan Kepuasan mengandung perbedaan yang signifikan dalam definisi kepuasan, semua definisi memiliki beberapa elemen yang sama. Bila diperiksa secara keseluruhan, tiga komponen umum dapat diidentifikasi: 1) kepuasan pelanggan adalah respon (emosional atau kognitif); 2) responnya berkaitan dengan fokus tertentu (harapan, produk, pengalaman konsumsi); dan 3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah seleksi, berdasarkan akumulasi pengalaman). Tanggapan pelanggan mengikuti pola umum yang mirip dengan literatur. Kepuasan terdiri dari tiga komponen dasar, suatu respon yang berkaitan dengan fokus tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu. Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi apakah pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan Go-Ride dan jika ekspektasi yang ditetapkan terlalu rendah, maka konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, yang diberikan melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa senang dan sangat puas.

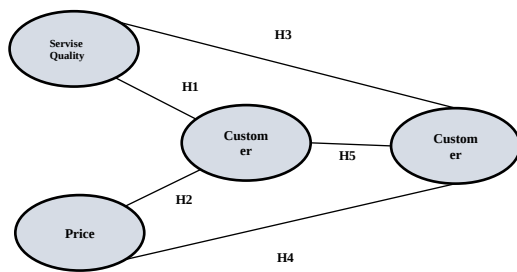


Gambar 1. Indikator pengukuran kepuasan konsumen
(Sumber: Zeithaml et al (2010))

d. Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2010:291) Ada lima faktor yang menyebabkan pelanggan setia terhadap produk/jasa yang digunakan: 1) Merek nilai; Persepsi pelanggan yang membandingkan antara biaya atau harga yang harus ditanggung dengan manfaat yang diterimanya. 2) Karakteristik pelanggan; Dalam menggunakan merek, setiap individu mempunyai karakteristik yang berbeda dengan individu lainnya. 3) Kualitas Pelayanan; Persepsi

pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dialami jika berkualitas maka akan berpengaruh positif. 4) Kepuasan pelanggan; Terkait dengan pengalaman konsumen ketika melakukan kontak dengan merek yang digunakannya. Faktor ini memang sangat penting, namun kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk menyebabkan seorang pelanggan tetap setia terhadap suatu merek. 5) Kepercayaan; Hal ini menyangkut sejauh mana persaingan kompetitif antara kepercayaan pada suatu kategori produk atau jasa. Dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk membeli kembali suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang menurut Oliver dalam Chaudhuri dan Holbrook (2002:27).



Gambar 2. Kerangka Pikiran

Berdasarkan Gambar 2 hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sesuai hipotesis H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan mengacu pada (R. Aisy dkk., 2017). Kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, begitu pula loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hubungan harga dengan kepuasan pelanggan sesuai dengan hipotesis H2: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan mengacu pada (R.V.,2015). Penetapan harga berhubungan langsung dengan pendapatan yang diterima. Penetapan harga harus tepat agar konsumen dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan saat menggunakan kembali. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan sesuai dengan hipotesis H3: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan mengacu pada (Hartono,2017) yang menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Darsono (1997), juga mengungkapkan hal yang sama bahwa kepuasan mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas, namun peningkatan kepuasan tidak selalu mengakibatkan peningkatan loyalitas dengan derajat yang sama. Hubungan harga dengan loyalitas pelanggan sesuai dengan hipotesis H4: Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Mengacu pada (D.L Abadi., dkk)

menyatakan bahwa harga juga dapat diatur untuk mencegah masuknya pesaing, menjaga loyalitas pelanggan, mendukung penjualan berulang dan sebagainya. Selain harga, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan sesuai dengan hipotesis H5: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan mengacu pada (panjaitan, 2018). bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. dimana kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan (Y,Wicaksono,2015). Kepuasan pelanggan merupakan dorongan terhadap keinginan individu yang diarahkan pada tujuan memperoleh kepuasan. Pelanggan akan setia terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan ketika mereka mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa tersebut.

e. *Structural Equation Modeling (SEM)*

Structural Equation Modelling digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel tersebut. SEM memiliki tiga karakteristik utama. Karakteristik pertama, SEM tidak dapat diukur secara langsung. Kedua, SEM potensi kesalahan pengukuran pada variabel observasi diperhitungkan. Ketiga, model SEM tepat untuk dibuat matriks korelasi (Sylvie Wulandari et al., 2020).

Tabel 1. Kriteria Goodness of Fit Index (Sumber: Komsu dalam Ferdinand, 2014).

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off Value</i>
$\chi^2 - Chi Square$	Small expected
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$

menyajikan data dalam pencapaian tujuan penelitian dan dapat menerapkan banyak model dalam menjawab rumusan masalah penelitian (Prasetyo et al, 2017). *Structural Equation Modelling* (Sem) adalah mempunyai satu teknik analisis statistik juga dapat digunakan untuk membangun serta menguji model statistic dalam bentuk

model-model sebab akibat (Rasyid et al., 2017). *Structural Equation Modeling* (Sem) (Acock, 2013; Schumacker dan Lomax, 2004) merupakan salah satu teknik statistik multivariat yang mampu menguji serangkaian hubungan dependen secara simultan sehingga diperoleh efisiensi statistik dan mampu menggambarkan konsep-konsep yang tidak teramati serta dapat melakukan kesalahan pengukuran dalam prosesnya (Byrne, 2013).

3. Metode Penelitian

a. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada. Data seperti kualitas pelayanan, tarif, kepuasan, dan loyalitas dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta survey kuesioner kepada 130 responden secara langsung dan acak di lapangan selama 3 sampai 6 bulan untuk kemudian di analisis menggunakan software *Analysis Moment of Structure* (Amos) versi 23. Responden menjawab setiap variabel pertanyaan berdasarkan pilihan jawaban yang diberikan menggunakan skala-likert (Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju). (Sugiono & Tobing, 2021).

Langkah melakukan analisis Sem menggunakan program Amos menurut (Sarwono, 2010) adalah sebagai berikut: 1.) Membuat spesifikasi model yang didasarkan pada teori, kemudian menentukan bagaimana mengukur konstruk-konstruk, mengumpulkan data dan kemudian masukkan data ke dalam program Amos. 2.) Amos akan mencocokkan data ke dalam model yang sudah dispesifikasi, kemudian memberikan hasil yang mencakup semua angka-angka statistik kecocokan model dan estimasi parameter. 3.) Masukkan data yang biasanya dalam bentuk matriks kovarian dari variabel-variabel yang sedang diukur, misalnya nilai butir pertanyaan yang digunakan. Bentuk masukan lainnya dapat berupa matriks korelasi dan rata-rata (mean). Data dapat berupa data mentah kemudian diubah menjadi kovarian dan rata-rata. 4.) Membuat estimasi sesuai keperluan penelitian. 5.) Mencocokkan data dengan model yang sudah dibuat.

b. Analisis

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah AMOS (*Analysis Moment of Structural*) yang merupakan salah satu program atau *software* yang digunakan untuk mengestimasi model pada model persamaan struktural (SEM) *Structural Equation Modeling*.



Gambar 3. Aktivitas Sepeda Motor Taxi

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

Table 2. Karakteristik Responden

Characteristics	Indicator	Percentage (%)
Jenis Kelamin	Male	100
	Female	0
Usia	< 35	6.9
	36-45	33.8
	46-55	55.4
	> 56	6.9
Pendidikan terakhir	SD	63.0
	SMP	28.5
	SMA	6.2
	Perguruan Tinggi	2.3
Status Pekerjaan	Sampingan	73.1
	Utama	26.9
Status Perkawinan	Sudah Kawin	100
	Belum Kawin	0
	Kawin	0
Luas Lahan	> 1 HA	31.4
	< 1 HA	68.6
Biaya per 1x angkut	<Rp15.000	79.2
	>Rp15.000	20.8

Note: US\$ 1= IDR15.100 (Indonesian exchange rate 2023).

Berdasarkan table 2 hasil analisis karakteristik responden dimana berdasarkan jenis kelamin laki laki dengan persentase sebesar 100% dan perempuan 0%. Rentang usia > 56 dengan persentase sebesar 6,9%, 36–45 tahun 33,8%, 46–55 tahun 55,4 % dan < 35 tahun 6,9% mengindikasikan bahwa usia petani didominasi berusia cukup tua dan hanya dengan persentase sedikit berusia masih muda. Tingkat pendidikan terakhir SD dengan persentase 63,0%, SMP 28,5%, SMA 6,2% dan perguruan tinggi 2,3% mengindikasikan bahwa petani pada umumnya berpendidikan rendah yang tidak dapat diserap pada sektor formal dan sangat sedikit yang berpendidikan Sarjana dan sektor petani dijadikan sebagai pekerjaan sampingan selain sebagai pegawai negeri sipil/swasta. Berdasarkan status pekerjaan utama sebagai petani dengan persentase 73,1% dan sampingan 26,9%. Status perkawinan sudah kawin dengan persentase 100% dan belum kawin 0%. Rerata luas lahan sawah yang digarap <1 HA dengan persentase sebesar 68,6% dan >1HA sebanyak 31,4%. Berdasarkan biaya angkutan hasil pertanian per sekali angkut <Rp15.000 persentase sebesar 79,2%, >Rp.15.000 20,8% mengindikasikan bahwa harga atau biaya angkutan masih bersifat tentatif atau dapat berubah ubah sesuai kesepakatan antara petani dengan operator berdasarkan jarak angkutan dan pekerjaan yang dilakukan secara borongan kelompok atau perorangan.

b. Uji Normalitas

Structural Equation Modeling (SEM) yang menggunakan *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) mengasumsikan bahwa data terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini menggunakan kriteria *critical ratio Multivariate* sebesar $\pm 2,58$ (Wesli, 2015).

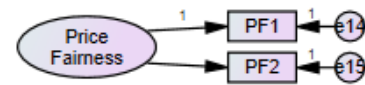
Tabel 3. Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
CL5	4.000	7.000	,419	-1949	,134	,334
CL4	4.000	7.000	,219	1,019	-,175	-,407
CL3	4.000	7.000	-,287	-1,336	-,692	-1,611
CL2	4.000	6.000	-,134	-,626	-1,088	-2,532
CL1	4.000	6.000	-,618	-2,876	-,776	-1,805
CS1	4.000	6.000	-,293	-1,363	-1,508	-3,509
CS2	4.000	7.000	-,143	-,666	-,972	-2,262
CS3	4.000	6.000	-,453	-2,107	-1,378	-3,208
PF2	4.000	7.000	-,453	,692	-,156	-,363
PF2	4.000	7.000	-,149	,169	-,217	-,505
SQ12	4.000	6.000	,036	,090	-1,283	-2,986
SQ13	4.000	6.000	,019	,492	-1,567	-3,646
SQ9	4.000	7.000	,106	1,035	-,875	-2,038
SQ10	4.000	7.000	,222	,154	-,782	-1,820
SQ11	5.000	6.000	,033	2,208	-1,775	-4,131
SQ7	5.000	7.000	,474	1,657	-1,464	-3,407

SQ8	4.000	6.000	,356	-,501	-1,582	-3,682
SQ3	4.000	6.000	-,108	-,597	-,930	-2,164
SQ4	4.000	6.000	-,128	,845	-,924	-2,151
SQ5	4.000	7.000	,182	,726	-,531	-1,237
-1,950	5.000	6.000	,156	,287	-1,996	-4,646
,765	4.000	7.000	,062	,139	-,286	-,666
SQ2	5.000	6.000	,030	1,302	-1,922	-4,473
Multivariate			,280		13,099	2,202

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis diperoleh nilai *c.r multivariate* adalah 2,202. Nilai ini tidak lebih besar dari pada 2,58 dan tidak kurang dari -2,58, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang digunakan memenuhi kriteria normalitas.

Uji validitas variabel *Price Fairness*



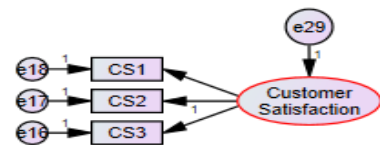
Gambar 4. CFA Variabel Price Fairness

Tabel 4. Hasil CFA Price Fairness

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PF1	<-- Price fairness	1,000				
PF2	<-- Price fairness	,644	,305	2,110	,035	P < 0,05 Signifikan

Berdasarkan Gambar 4 dan hasil output yang ditunjukkan pada Tabel 4. diketahui bahwa kedua indikator yang digunakan untuk mengukur variable *Price Fairness* memiliki nilai P yang signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indikator signifikan digunakan untuk mengukur variable *Price Fairness*.

Uji Validitas variabel *Customer Satisfaction*



Gambar 5. CFA Variabel Customer Satisfaction

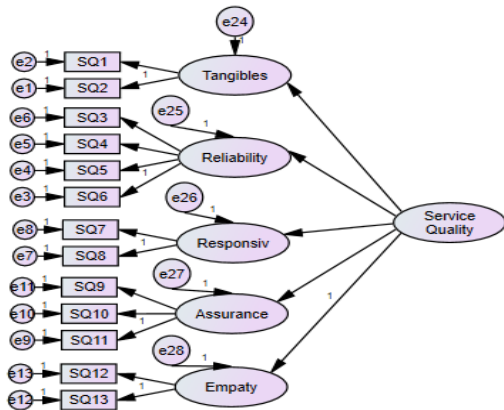
Table 5. Hasil CFA Customer Satisfaction

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CS3	<-- CS	1,000				P < 0,05 significant
CS2	<-- CS	1,283	,148	8,672	***	P < 0,05 Signifikan
CS1	<-- CS	,938	,137	7,210	***	P < 0,05 Signifikan

Berdasarkan gambar 5 dan tabel 5 dapat diketahui bahwa ketiga indikator yang digunakan untuk mengukur

variable *customer satisfaction* memiliki nilai *p-value* <0,05, maka dapat dinyatakan signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indicator signifikan digunakan untuk mengukur variable *customer satisfaction*.

Uji Validitas variabel service quality

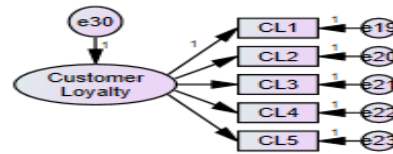


Gambar 6. CFA Variabel *Service Quality*
Table 6. Hasil CFA *Service Quality*

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SQ2 <--	Tangibles	1,000				
SQ1 <--	Tangibles	,533	,243	2,200	,028	P < 0,05 Signifikan
SQ6 <--	Reliability	1,000				
SQ5 <--	Reliability	1,718	,515	3,336	***	P < 0,05 Signifikan
SQ4 <--	Reliability	1,799	,574	3,135	,002	P < 0,05 Signifikan
SQ3 <--	Reliability	1,897	,594	3,193	,001	P < 0,05 Signifikan
SQ8 <--	Responsiv	1,000				
SQ7 <--	Responsiv	,619	,137	4,532	***	P < 0,05 Signifikan
SQ11 <--	Assurance	1,000				
SQ10 <--	Assurance	1,237	,244	5,076	***	P < 0,05 Signifikan
SQ9 <--	Assurance	1,124	,256	4,385	***	P < 0,05 Signifikan
SQ13 <--	Empaty	1,000				
SQ12 <--	Empaty	,998	,178	5,592	***	P < 0,05 Signifikan
SQ1 <--	Tangibles	,533	,243	2,200	,028	P < 0,05 Signifikan
SQ6 <--	Reliability	1,000				

Berdasarkan gambar 6 dan tabel 6 dapat diketahui bahwa ketiga belas indikator yang digunakan untuk mengukur variable *service quality*. Memiliki nilai *p-value* <0,05, maka dapat dinyatakan signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indicator signifikan digunakan untuk mengukur variable *service quality*.

Uji Validitas variabel Customer Loyalty



Gambar 7. CFA Variabel *Customer Loyalty*

Table 7. Hasil CFA *Customer Loyalty*

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CL1 <--	CL	1,000				P < 0,05 significant
CL2 <--	CL	1,378	,376	3,664	***	P < 0,05 significant
CL3 <--	CL	2,353	,667	3,526	***	P < 0,05 significant
CL4 <--	CL	2,368	,699	3,389	***	P < 0,05 significant
CL5 <--	CL	1,770	,545	3,249	,001	P < 0,05 significant

Berdasarkan gambar 7 dan tabel 7 dapat diketahui bahwa kelima indikator yang digunakan untuk mengukur variable *customer loyalty* memiliki nilai *p-value* <0,05, maka dapat dinyatakan signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa semua indicator signifikan digunakan untuk mengukur variable *customer loyalty*.

c. Uji Reabilitas

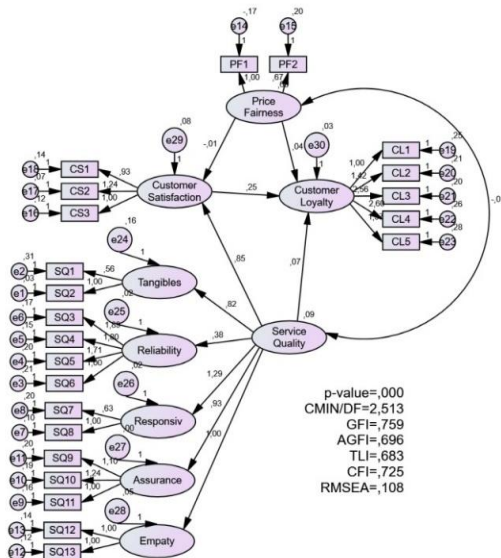
Table 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Indicator	SFL	SFL Kuadrat	Error	Construct Reliability	Variance Extracted
Price Fairness	PF1	0.709	0.502	0.497	0.753	0.604
	PF2	0.745	0.555	0.444		
Service Quality	SQ2	0.962	0.925	0.074	0.926	0.504
	SQ1	0.412	0.169	0.830		
	SQ6	0.382	0.145	0.854		
	SQ5	0.591	0.349	0.650		
	SQ4	0.661	0.436	0.563		
	SQ3	0.661	0.436	0.563		
	SQ8	0.793	0.628	0.371		
	SQ7	0.492	0.242	0.757		
	SQ11	0.561	0.314	0.685		
	SQ10	0.611	0.373	0.626		

	SQ9	0.572	0.327184	0.672		
	SQ13	0.724	0.524176	0.475		
	SQ12	0.705	0.497	0.502		
Customer Satisfaction	CS3	0.741	0.549	0.450		
	CS2	0.869	0.755	0.244		
	CS1	0.69	0.476	0.523	0.867	5.059
Customer Loyalty	CL1	0.401	0.160	0.839		
	CL2	0.555	0.308	0.691		
	CL3	0.759	0.576	0.423	0.747	0.5
	CL4	0.717	0.514	0.485		
	CL5	0.594	0.352	0.647		

Pengujian tabel 8 Nilai reliabilitas konstruk dan variansi yang diekstraksi yang direkomendasikan adalah di atas 0,70 dan 0,50. (Ghozali, 2011). Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukkan hasil yang reliabel karena nilai construct reliability $\geq 0,70$ dan nilai variance extracted juga $\geq 0,50$.

Model Fit Test



Gambar 8. Model Fit

Table 9. Hasil goodness of fit

Goodness of Fit Index	Cut off value	Result	Mode Evaluation
Chi-Square	Expected to be small	559.6	Good fit
Probability	$\geq 0,05$	0.000	Marginal fit
CMIN/DF	$\leq 2,00$	2.555	Marginal fit
GFI	$\geq 0,90$	0.953	Good fit
AGFI	$\geq 0,90$	0.908	Good fit
TLI	$\geq 0,95$	0.676	Poor fit
CFI	$> 0,95$	0.720	Poor fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0.110	Marginal Fit

Pengujian kecocokan model pada gambar 8 dan table 9 menunjukkan bahwa indeks *Chi-Square*, GFI dan AGFI memenuhi nilai *cut off*, hal ini dapat diartikan bahwa model pada gambar diatas sudah terkonfirmasi oleh data atau dengan kata lain model fit. Data yang digunakan dalam penelitian ini sudah mampu menggambarkan fenomena yang ada di lapangan. Berbeda dengan nilai probability sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, CMIN/DF sebesar 2,555 yang lebih besar dari 2,00, RMSEA sebesar 0,08 yang lebih besar dari 0,110 maka dapat dikatakan *marginal fit*. Sedangkan TLI 0,676, CFI 0.720 yang masing-masing tidak memenuhi nilai *cut off* atau berada pada *poor fit ratio*. Namun dapat disimpulkan bahwa jika terdapat satu atau lebih hasil dari kriteria *goodness of fit* yang memenuhi nilai *cut off*, maka model dapat dinyatakan fit secara keseluruhan (Aryani & Rosinta, 2011).

Table 10. Uji Hipotesis

Connection	Estimate	S.E	C.R	P-value	Keterangan
CS <-- SQ	0.848	0.178	4.769	***	Signifikan
CS <-- PF	-0.014	0.028	-0.507	0.612	Tidak Signifikan
CL <-- SQ	0.554	0.115	2.469	0.039	Signifikan
CL <-- PF	0.341	0.148	3.095	0.011	Signifikan
CL <-- CS	0.293	0.136	2.152	0.031	Signifikan

Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini atau untuk menganalisis hubungan struktural model. Analisis data hipotesis dapat dilihat dari nilai *standar dized regression*

weights yang x menunjukkan koefisien pengaruh antar variabel. Dari pengolahan data dapat diketahui adanya hubungan positif antar variabel jika C.R menunjukkan nilai $>1,960$ dan nilai $P < 0,05$ (Siswoyo, 2016).

5. Kesimpulan

Alat transportasi sepeda motor taxi merupakan sarana yang menunjang keberhasilan pembangunan dalam mendukung kegiatan masyarakat petani di Kabupaten Pinrang Provinsi Sulawesi Selatan terutama di sektor hasil – hasil pertanian. Penggunaan layanan sepeda motor taxi menjadi pilihan utama masyarakat untuk membantu produktivitas dan memobilisasi hasil pertanian. Berdasarkan hasil penelitian, loyalitas pelanggan sepeda motor taxi dipengaruhi oleh tingkat kepuasan. Maka dari itu, kualitas layanan sangat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan berdasarkan *tangibles, reliability, responsiveness, assurance*, terutama pada *price* atau harga yang dirasakan oleh petani pengguna sepeda motor taxi yang disesuaikan dengan layanan yang diberikan seperti kondisi dan jarak tempuh yang dilalui operator.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Parepare yang telah ikut mendukung dan membantu terlaksananya penelitian ini.

Daftar Pustaka

- A.Hartono, “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran the Naked Crab Surabaya,” *Encycl. Syst. Biol.*, pp. 1646–1646, 2017.
- Arwono, J. 2010. Pengertian dasar structural equation modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, Vol. 10, No. 3.
- Acock, AC (2013), *Menemukan Pemodelan Persamaan Struktural Menggunakan Stata*. Inggris Raya: Stata Press.
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., Febiola, P., & Sekaryahya. (2020). *Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis*.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. Routledge.
- Chaudhuri dan Holbrook. 2002. The Chain of Effect from Brand Trust and brand effect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty (*Jurnal*), hlm.27
- D. L. Abadi and S. Sofian, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa Bus Rajawali,” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–9, 2013, [Online]. Available: <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Fadly, I., Rafli, & Indriyanti. (2021). Analisis Pelayanan Angkutan Pedesaan (Studi Kasus Desa Letta, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang). *Jurnal Karajata Engineering*, 1(1), 39-48.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hakzah, Yusuf, S., & Pawelloi, A.I. (2022). Karakteristik Taksi Sepeda Motor Dan Pengaruh Terhadap Petani. *Seri Konferensi IOP: Ilmu Bumi dan Lingkungan*. 1117:012006.
- Hakzah, H., Yusuf, S., & Pawelloi, I.A. (2022), Pentingnya Angkutan Ojek Hasil Pertanian Dan Pendapatan Operator di Indonesia. *Jurnal Transportasi Terbuka*. (16), 2-5.
- Halo, Roger. 1996. Hubungan Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Dan Profitabilitas: Sebuah Studi Empiris Belajar. *Jurnal Internasional Industri JasaManajemen*, Jil. 7, No.4, hal.27-42.
- Irawan, M. Z., Rizki, M., Chalermpong, S., & Kato, H. (2022). Pemetaan Pengguna Ojek Di Yogyakarta: Analisis Faktor Dan Preferensi Sosial Ekonomi. *Studi Transportasi Asia*. 8:00073.
- Kassali, R., Ayanwale, A.B., Idowu, Y.O., & Williams, S.B. (2012). Pengaruh Sistem Transportasi Pedesaan Terhadap Produktivitas Pertanian Di Negara Bagian Oyo, Nigeria. *Jurnal Pertanian dan Pembangunan Pedesaan di Daerah Tropis dan Subtropis*, 113(1), 13-19.
- Lupiyoadi, R. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mayanda, L., Wijayanto, H., & Muflikhati, A.I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pt Mitra Taksi-Motor Online. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Indonesia*. 4(2), 1-2.

- Morlok, E. K. Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi. Erlangga, Jakarta.
- panjaitan (2018), “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa,” *Bab Ii Kaji. Pustaka 2.1*, vol. 12, no. 2004, pp. 6–25, 2020.
- Pamungkas, R.P., Sulistiyowati, W., (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Gojek Di Pandaan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM). Seminar Nasional Inovasi Teknologi. 6(3), 2549-7952.
- Parasuraman A, dkk. 2006. Kualitas layanan yang dirasakan sebagai ukuran kinerja berbasis pelanggan: Pemeriksaan empiris terhadap hambatan organisasi menggunakan model kualitas layanan yang diperluas (researchgate.net).
- Philip, K, & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Erlangga, Jakarta
- Prasetyo, D., Mariyanti, S., Safitri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek. *Jurnal Psikologi*, 15(1).
- Putri, Y.A., Wahab, Z., Shihab, M.S., Hanafi, A., (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Go-Jek (Go-Ride) Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Motivasi*, (14), 24-31.
- R. Aisy and M. Gufron, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes,” *J. Pendidik. Ekon. Akunt. Kewirausahaan*, vol. 6, no. 3, pp. 5–9, 2017.
- R. V, “No Title,” *Fak. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit. Univ. Riau*, vol. 2, no. 1, pp. 1–14, 2015.
- Rasyid, H.A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica*, (1).
- Riyanti. (2015). Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. *Ekonomika Dan Bisnis*, 5, 1–16
- Rosinta, dkk., 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan, Mei-Agus 2010, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844. Universitas Indonesia.
- Sarwono, J. 2010. Pengertian dasar structural equation modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, Vol. 10, No. 3.
- Siswoyo, H (2016), Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS, LISREL, PLS.
- Sumampow, G. R. O., Lenfrandt, L. I. R., & Rompis, S. Y. R. (2022). Analisis Pemilihan Moda Transportasi di Kabupaten Minahasa Utara. *TEKNO*, 20(81), 353-362.
- Sugiono, E., & Tobing, G. I. L. (2021). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 389–400.
- Utami, C. W. (2010). Manajemen Ritel, Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia. Salemba Empat, Jakarta.
- Wulandari, S., Rakhmawati, S., & Budiasih. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Ojek On-line di Tangerang* (Vol. 14)
- Y. Wicaksono, S. B. Santoso, and J. Manajemen, “PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 4, no. 1996, pp. 1–11, 2015, [Online]. Available: <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). *Services Marketing Strategy*. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. Wiley.