

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jalan Tol Dalam Kota Tahun 2025

Rudi Utomo*¹, Imelda Sari²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450, Indonesia

Email: ¹*rudiutomo3107@gmail.com, ²imelda.isx@bsi.ac.id

Email Penulis Korespondensi: rudiutomo3107@gmail.com

Abstrak—Jasamarga Metropolitan Tollroad merupakan regional dari PT. Jasa Marga (Persero) Tbk yang bergerak di bidang pelayanan jalan tol di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna jalan tol pada Jasamarga Metropolitan Tollroad. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai T_{hitung} sebesar $3.848 > T_{tabel}$ 1.985 dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Citra perusahaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai T_{hitung} sebesar $4.572 > T_{tabel}$ 1.985 dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Secara simultan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai F_{hitung} sebesar $83.906 > F_{tabel}$ 3.090 dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan citra perusahaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna jalan tol. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap kajian manajemen pemasaran jasa, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan jalan tol.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pengguna Jalan Tol, Jalan Tol, dan Jasa Marga.

Abstract—Jasamarga Metropolitan Tollroad is a regional division of PT Jasa Marga (Persero) Tbk that operates in the toll road service sector in Indonesia. This study aims to analyze the effect of service quality and corporate image on toll road user satisfaction at Jasamarga Metropolitan Tollroad. This research employs a quantitative approach by collecting data through an online questionnaire distributed to 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression to examine both partial and simultaneous effects among variables. The results indicate that service quality has a significant effect on user satisfaction, as shown by a t -value of 3.848 which is higher than the t -table value of 1.985 and a significance level of $0.000 < 0.05$. Corporate image also has a significant effect on user satisfaction, indicated by a t -value of $4.572 > 1.985$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, service quality and corporate image significantly influence user satisfaction with an F -value of $83.906 > 3.090$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. These findings indicate that improving service quality and strengthening corporate image are important factors in increasing toll road user satisfaction. This study contributes empirically to the marketing management literature, particularly in understanding the determinants of user satisfaction in toll road services.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Toll Road User Satisfaction, Toll Road, and Jasa Marga

How to Cite: Utomo, R., & Sari, I. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jalan Tol Dalam Kota Tahun 2025. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(3), 464-477. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i3.2495>

1. PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai oleh peningkatan aktivitas ekonomi dan mobilitas penduduk menuntut tersedianya sistem transportasi yang andal, aman, dan efisien. Transportasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana perpindahan manusia, tetapi juga sebagai tulang punggung distribusi barang dan jasa yang berkontribusi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dalam konteks negara berkembang, keberadaan infrastruktur transportasi darat, khususnya jalan tol, memiliki peran strategis dalam mendukung konektivitas antarwilayah serta menjaga stabilitas distribusi logistik dan ketahanan pangan (Paulia & Fahrudin, 2025). Oleh karena itu, kualitas pengelolaan dan pelayanan jalan tol menjadi isu penting yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan pembangunan ekonomi nasional.

Pembangunan dan pengelolaan jalan tol sebagai bagian dari sistem transportasi nasional menuntut tidak hanya aspek fisik infrastruktur, tetapi juga kualitas layanan yang dirasakan langsung oleh pengguna. Infrastruktur jalan tol yang baik diharapkan mampu mengurangi waktu tempuh perjalanan, meningkatkan keselamatan, serta memberikan kenyamanan bagi pengguna jalan. Ketergantungan roda ekonomi terhadap transportasi darat menjadikan efisiensi jalan tol sebagai salah satu indikator penting dalam menilai kinerja sektor transportasi secara keseluruhan (Saputra et al., 2024). Di wilayah metropolitan dengan tingkat kepadatan kendaraan yang tinggi, jalan tol dalam kota memiliki peran yang semakin vital dalam menunjang aktivitas ekonomi, sosial, dan mobilitas harian masyarakat.

Dalam perspektif manajemen jasa, kualitas pelayanan merupakan determinan utama yang membentuk persepsi, kepercayaan, dan kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan tidak hanya dipahami sebagai pemenuhan standar

operasional, tetapi juga sebagai kemampuan organisasi dalam memberikan layanan yang konsisten, responsif, dan sesuai dengan harapan pelanggan (Alfianto & Ilahi, 2022). Zeithaml et al. menegaskan bahwa kualitas layanan dievaluasi melalui perbandingan antara layanan yang dirasakan dengan ekspektasi pelanggan terhadap atribut layanan yang ditawarkan, sehingga ketidaksesuaian di antara keduanya berpotensi menimbulkan ketidakpuasan (Alfianto & Ilahi, 2022). Dalam konteks layanan jalan tol, kualitas pelayanan mencakup keandalan operasional, kecepatan respons terhadap gangguan lalu lintas, kondisi fisik jalan, serta sikap dan kompetensi petugas dalam melayani pengguna.

Selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga memegang peranan penting dalam membentuk penilaian dan sikap pengguna terhadap penyedia jasa. Citra perusahaan merepresentasikan kesan dan persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat berdasarkan pengalaman, interaksi, serta komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan (Mooy et al., 2024). Citra yang positif dapat memperkuat kepercayaan publik dan meningkatkan motivasi konsumen dalam menggunakan layanan yang disediakan (Rifa'i, 2023). Dalam sektor jasa publik, citra perusahaan tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga melalui konsistensi kualitas layanan, tanggung jawab sosial, serta kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan dan keluhan pengguna secara transparan dan profesional (Fadli et al., 2023). Fenomena operasional yang terjadi pada ruas jalan tol dalam kota menunjukkan adanya tantangan tersendiri dalam menjaga kestabilan mutu layanan dan citra perusahaan. Peningkatan volume kendaraan, kegiatan pemeliharaan rutin, serta penanganan insiden lalu lintas sering kali menuntut penyesuaian operasional yang berdampak langsung pada kenyamanan pengguna. Penutupan sementara gerbang tol atau lajur tertentu, meskipun diperlukan untuk menjamin keselamatan dan kualitas infrastruktur jangka panjang, kerap menimbulkan antrean panjang, perubahan rute mendadak, dan peningkatan waktu tempuh perjalanan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta membentuk citra perusahaan di mata publik.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan tidak selalu bersifat linier dan konsisten. Beberapa studi menemukan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Alfiarini & Chandra, 2023)(Latoki et al., 2023). Temuan tersebut menegaskan bahwa peningkatan mutu layanan dan penguatan citra korporasi mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengguna jasa. Namun, penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. (Gunawan et al., 2022) menemukan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang sama kuat. Sebaliknya, (Rahaviana & Widyaningsih, 2024) mengungkapkan bahwa kualitas layanan berperan dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen.

Di sisi lain, penelitian pada sektor layanan tertentu di Indonesia juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu berdampak signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan (Tanjung & Rahman, 2023) (Lestari et al., 2023). Beberapa studi bahkan mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung, citra perusahaan tetap mampu memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan (Arisanti & Cahyani, 2024). Ketidakkonsistenan temuan ini mengindikasikan adanya kemungkinan peran variabel lain, seperti kepercayaan, pengalaman pengguna, atau perbedaan konteks layanan, yang memoderasi atau memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan telaah terhadap berbagai penelitian sebelumnya, terlihat bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan masih menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Sebagian penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa hanya salah satu variabel yang memiliki pengaruh dominan. Selain itu, sebagian besar studi terdahulu dilakukan pada sektor jasa seperti perbankan, ritel, dan layanan publik lainnya, sehingga konteks penelitian pada layanan infrastruktur transportasi, khususnya jalan tol dalam kota, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik layanan jalan tol memiliki dinamika operasional yang berbeda, seperti kepadatan lalu lintas yang tinggi, interaksi pengguna dengan sistem layanan otomatis, serta kebutuhan respons cepat terhadap gangguan lalu lintas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian (research gap) dengan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna dalam konteks layanan jalan tol dalam kota, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna pada sektor infrastruktur transportasi.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota secara empiris. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian dalam bidang manajemen jasa dan transportasi, khususnya terkait determinan kepuasan pengguna pada layanan infrastruktur jalan tol. Selain itu, secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perusahaan pengelola jalan tol dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan citra perusahaan guna meningkatkan kepuasan pengguna secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara

numerik, analisis statistik yang objektif, serta generalisasi temuan pada populasi yang relevan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Secara filosofis, penelitian kuantitatif berakar pada positivisme dan berorientasi pada pengujian hipotesis melalui pengumpulan data menggunakan instrumen terstandar, kemudian dianalisis secara statistik (Aini et al., 2024). Tujuan utama pendekatan ini meliputi pengungkapan hubungan antarvariabel, pengujian teori, dan penyusunan generalisasi yang bersifat prediktif (Abubakar, 2021). Sejalan dengan itu, penelitian kuantitatif memandang fenomena sosial sebagai konstruk yang dapat dioperasionalkan ke dalam indikator terukur sehingga kebenaran teoretis dapat diuji melalui analisis statistik (Ali et al., 2022).

Model penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y). Dengan desain ini, keterkaitan antarvariabel dapat diuji secara sistematis dan terukur untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian secara empiris.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada keseluruhan unit analisis yang menjadi sasaran generalisasi, mencakup seluruh unsur yang relevan dengan karakteristik penelitian (Sugiono, 2019). Populasi dapat meliputi manusia maupun fenomena tertentu yang memiliki karakteristik khusus sesuai fokus kajian (Suriani et al., 2023). Dengan demikian, populasi merupakan keseluruhan objek yang memiliki hubungan bermakna dengan permasalahan yang diteliti serta menjadi ruang lingkup generalisasi temuan (Susanto et al., 2024). Dalam penelitian ini, populasi ditetapkan sebagai pengguna jalan tol dalam kota yang pernah melintasi ruas Cawang–Tomang–Pluit. Jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara pasti karena karakteristik pengguna yang fluktuatif mengikuti dinamika lalu lintas dan intensitas penggunaan jalan tol. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dan menjadi dasar penarikan kesimpulan penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Sampling dipahami sebagai prosedur sistematis untuk memilih elemen populasi dalam ukuran lebih kecil agar dapat diteliti sesuai tujuan observasi maupun pengujian (Firmansyah & Dede, 2022). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Mukti & Aprianti, 2021). Kriteria responden yang digunakan adalah pengguna jalan tol yang pernah melewati ruas tol dalam kota Cawang–Tomang–Pluit.

Karena populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow yang umum digunakan untuk penentuan sampel pada populasi tidak teridentifikasi (Sari & Sari, 2023). Rumus Lemeshow dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* dengan beberapa keterangan, yaitu n sebagai jumlah minimum sampel, Z sebagai nilai baku pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ sebesar 1,96, p sebagai prevalensi sebesar 0,5 karena data awal belum tersedia, serta d sebagai tingkat ketelitian sebesar 0,1. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Lemeshow*, diperoleh nilai n sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Responden tersebut merupakan pengguna jalan tol dalam kota yang pernah melintasi ruas Cawang–Tomang–Pluit, sehingga unit analisis dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

2.3 Definisi Operasional Variabel dan Instrumen Penelitian

Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan makna variabel penelitian secara terukur sehingga dapat diobservasi dan dianalisis secara statistik (Wulandari & Efendi, 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2), serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna (Y). Pengukuran seluruh variabel dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berbentuk pernyataan tertutup.

Kualitas Pelayanan (X1). Kualitas pelayanan dipahami sebagai layanan yang disediakan perusahaan untuk membentuk citra di mata konsumen dan mendorong kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas (Rifa'i, 2023). Indikator kualitas pelayanan disusun berdasarkan dimensi layanan, meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Naibaho et al., 2022).

Citra Perusahaan (X2). Citra perusahaan merupakan hasil aktivitas komunikasi perusahaan—termasuk hubungan masyarakat dan iklan—yang membentuk persepsi serta sikap individu terhadap perusahaan (Fadli et al., 2023). Indikator citra perusahaan pada penelitian ini meliputi pengenalan (*recognition*), reputasi (*reputation*), daya tarik (*affinity*), dan kesetiaan (*loyalty*) (Mooy et al., 2024).

Kepuasan Pengguna (Y). Kepuasan pengguna merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap layanan yang diterima, yang dapat berada di atas atau di bawah harapan yang dimiliki (Tampanguma et al., 2022). Indikator kepuasan pada penelitian ini mencakup terpenuhinya harapan, kesediaan merekomendasikan, persepsi atas kualitas layanan, loyalitas, serta kemudahan lokasi akses (Tampanguma et al., 2022).

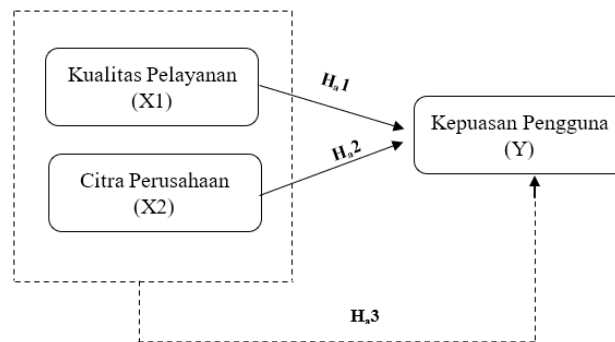
2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai tujuan penelitian dan menjadi bagian strategis dalam metodologi penelitian (Daruhadi & Sopiati, 2024). Data yang valid dan reliabel akan meningkatkan ketepatan kesimpulan dan memperkuat kredibilitas temuan penelitian (Sulung & Muspawi, 2024).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi dari sumber tertulis serta sumber digital yang relevan.

2.5 Kerangka Konseptual

Pada penelitian kuantitatif, hasil akhirnya biasanya berupa diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan, sedangkan pada penelitian berbasis narasi, peneliti memulai dari data dan menggunakan teori sebagai bahan penjelasan, yang kemudian berujung pada pembaruan pernyataan atau hipotesis (Syahputri et al., 2023). Berikut ini disajikan gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

Gambar 1 menggambarkan kerangka konseptual penelitian yang menunjukkan hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2), dengan variabel dependen yaitu kepuasan pengguna (Y). Kerangka konseptual ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan diduga memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota.

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian yang menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pengguna, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota.

H2: Citra perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota.

H3: Kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota.

2.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai tujuan penelitian dan menjadi bagian strategis dalam metodologi penelitian (Daruhadi & Sopiati, 2024). Data yang valid dan reliabel akan meningkatkan ketepatan kesimpulan dan memperkuat kredibilitas temuan penelitian (Sulung & Muspawi, 2024). Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi dari sumber tertulis serta sumber digital yang relevan.

2.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban sesuai kebutuhan penelitian (Romdona et al., 2025). Kuesioner juga berfungsi sebagai instrumen pengukuran fenomena tertentu, sehingga kualitas instrumen berperan penting dalam menjaga validitas data (Amalia et al., 2022). Pada penelitian ini, kuesioner disebarikan secara daring melalui Google Form dan berisi pernyataan yang merepresentasikan indikator tiap variabel. Pengukuran menggunakan skala Likert untuk menangkap tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan penelitian. Skala Likert memungkinkan pengukuran sikap dan persepsi responden melalui rentang pilihan dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dalam bentuk skala metrik (Antoro, 2025). Skor jawaban mengacu pada rentang 1–5 (El-adly & Arianingsih, 2022).

2.7.2 Studi kepustakaan

Studi kepustakaan (*library research*) merupakan metode pengumpulan data dengan menelaah teori dan konsep dari literatur yang relevan untuk memperkuat dasar konseptual penelitian (Adlini et al., 2022). Literatur yang digunakan dalam penelitian ini meliputi artikel ilmiah, buku, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian.

2.7.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pemanfaatan dokumen dan catatan tertulis yang tersedia (Kartika & Arifudin, 2025). Studi dokumentasi memanfaatkan arsip dan bahan tertulis lain sebagai sumber informasi tambahan (Ardiansyah et al., 2023). Pada penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi penelitian melalui jurnal, buku, artikel daring, serta sumber resmi terkait pengelolaan jalan tol.

2.8 Teknik Analisis Data

Analisis data mencakup proses pengelolaan, penyajian, dan perhitungan statistik untuk menggambarkan data serta menguji hipotesis penelitian (Sofwatillah et al., 2024). Penelitian ini menggunakan analisis statistik yang mencakup statistik deskriptif dan inferensial sebagai dasar penarikan kesimpulan (Yuniarti, 2022). Statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan gambaran karakteristik responden dan kecenderungan jawaban, sehingga memberikan informasi yang sistematis dan mudah dipahami (Martias, 2021). Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y), penelitian ini menerapkan analisis regresi linier berganda. Pengolahan data dilakukan menggunakan Microsoft Excel dan SPSS versi 26 sebagai perangkat bantu analisis.

2.8.1 Uji Kualitas Data

Uji validitas bertujuan memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat dan akurat (Utami et al., 2023). Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel serta memperhatikan signifikansi. Item dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05; sebaliknya, item dinyatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel dan nilai signifikansi $>$ 0,05. Uji reliabilitas mengukur konsistensi hasil pengukuran apabila instrumen digunakan berulang pada kondisi yang relatif sama (Angraini et al., 2022). Penelitian ini menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach $>$ 0,60 (Puspasari & Puspita, 2022).

2.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi dasar analisis, sehingga estimasi parameter dapat dipercaya (Rinaldi et al., 2021). Pengujian meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah residual model berdistribusi normal (Rinaldi et al., 2021). Penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu $P-P$ Plot serta uji Kolmogorov-Smirnov *Exact Test*. Pada $P-P$ Plot, data dikatakan normal apabila titik sebaran mengikuti arah garis diagonal (Juliandi et al., 2016). Sementara itu, pada uji Kolmogorov-Smirnov, data residual dinyatakan normal apabila p -value $>$ 0,05; sebaliknya, apabila p -value $<$ 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal (Ramadhiani & Sari, 2025). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan varians residual antar pengamatan. Model yang baik seharusnya tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Rinaldi et al., 2021). Evaluasi dilakukan melalui pola sebaran titik pada grafik: apabila terdapat pola tertentu (misalnya mengerucut atau bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas; jika titik menyebar acak di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Huda & Azar, 2021).

Uji multikolinearitas bertujuan menilai adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Rinaldi et al., 2021). Model yang ideal tidak menunjukkan korelasi kuat antar variabel bebas (Satria, 2024). Deteksi dilakukan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila $VIF \leq 10$ dan nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ (Huda & Azar, 2021).

2.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen pada skala interval/rasio (Huda & Azar, 2021). Model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (2)$$

dengan Y = kepuasan pengguna, a = konstanta, X_1 = kualitas pelayanan, X_2 = citra perusahaan, b_1 dan b_2 = koefisien regresi, dan e = error/residual yang merepresentasikan faktor lain di luar model (Rinaldi et al., 2021).

2.8.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t). Uji F digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $<$ 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen; sebaliknya, apabila signifikansi $>$ 0,05 maka pengaruh simultan tidak signifikan (Huda & Azar, 2021). Uji t digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Keputusan diambil berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan t hitung dengan t tabel (Satria, 2024). Apabila signifikansi $<$ 0,05 maka pengaruh parsial dinyatakan signifikan; sebaliknya, apabila signifikansi $>$ 0,05 maka pengaruh parsial tidak signifikan (Huda & Azar, 2021).

2.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 berada pada rentang 0–1, di mana nilai yang semakin besar menunjukkan kemampuan model yang semakin baik dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna (Huda & Azar, 2021). Analisis ini merepresentasikan seberapa kuat kontribusi variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen (Susetyo et al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y) pada layanan jalan tol dalam kota yang dikelola oleh Jasamarga Metropolitan Tollroad. Data penelitian dikumpulkan dari 100 responden menggunakan instrumen kuesioner sebagai data primer, kemudian diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS versi 26. Tahap analisis dilakukan secara bertahap, meliputi deskripsi responden, pengujian kualitas instrumen (validitas dan reliabilitas), pengujian asumsi klasik, serta pengujian model regresi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

3.1.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden disajikan untuk memberikan konteks terhadap karakteristik sampel yang digunakan, sehingga interpretasi hasil analisis dapat dipahami secara proporsional. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi penggunaan jalan tol, serta keperluan penggunaan jalan tol. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	23	23 %
Perempuan	77	77 %
Total	100	100 %

Berdasarkan distribusi jenis kelamin, responden perempuan mendominasi sampel penelitian. Dominasi ini menunjukkan bahwa persepsi layanan jalan tol dalam kota pada studi ini lebih banyak merepresentasikan pengalaman responden perempuan, sehingga perlu dipertimbangkan dalam generalisasi temuan. Distribusi responden berdasarkan kelompok usia disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
<20 Tahun	16	16 %
21 – 29 Tahun	77	77 %
30 – 39 Tahun	4	4 %
40 – 49 Tahun	1	1 %
>50 Tahun	2	2 %
Total	100	100 %

Distribusi usia menunjukkan konsentrasi terbesar berada pada kelompok usia 21–29 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa sampel penelitian didominasi kelompok usia produktif awal yang cenderung aktif secara mobilitas dan berpotensi memiliki ekspektasi layanan tinggi terkait kecepatan dan keandalan layanan jalan tol.

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	70	70 %
Pegawai Negeri	1	1 %
Pegawai Swasta	25	25 %
Wiraswasta	4	4 %
Total	100	100 %

Karakteristik pekerjaan menunjukkan mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa. Kondisi ini relevan karena kelompok tersebut memiliki pola mobilitas yang cenderung situasional, misalnya untuk kegiatan pendidikan, aktivitas sosial, atau perjalanan pribadi, sehingga persepsinya dapat berbeda dibanding pengguna profesional atau pengguna rutin harian. Frekuensi penggunaan jalan tol oleh responden disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan jalan tol

Frekuensi Penggunaan Jalan Tol Dalam Kota	Jumlah	Persentase
Setiap hari	6	6 %
3–5 kali per minggu	12	12 %
1–2 kali per minggu	22	22 %
< 1 kali per minggu	60	60 %
Total	100	100 %

Frekuensi penggunaan menunjukkan mayoritas responden menggunakan jalan tol kurang dari satu kali per minggu. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bukan pengguna rutin, sehingga penilaian kepuasan lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman episodik. Implikasinya, kualitas layanan yang terlihat jelas pada penggunaan sesekali, misalnya kelancaran transaksi, keterbacaan informasi, kondisi fisik jalan, dan respons petugas cenderung menjadi indikator penilaian dominan.

Keperluan penggunaan jalan tol oleh responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan keperluan penggunaan jalan tol

Frekuensi Penggunaan Jalan Tol Dalam Kota	Jumlah	Persentase
Perjalanan Kerja	15	15%
Perjalanan Pribadi	81	81%
Mengantar/menjemput	0	0%
Kepentingan lainnya	4	4%
Total	100	100 %

Keperluan penggunaan jalan tol didominasi perjalanan pribadi, sedangkan perjalanan kerja berada pada proporsi lebih kecil. Hal ini dapat memengaruhi ekspektasi responden, karena perjalanan pribadi sering berorientasi pada kenyamanan dan efisiensi waktu, sedangkan perjalanan kerja cenderung menekankan ketepatan waktu dan reliabilitas layanan.

3.1.2 Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa butir pernyataan pada kuesioner mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat (valid) dan konsisten (reliabel). Pengujian dilakukan menggunakan SPSS versi 26 dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Validitas diuji dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Dengan jumlah responden 100, derajat kebebasan dihitung menggunakan $df = n - 2 = 98$, sehingga nilai r tabel sebesar 0,1966. Item dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas pelayanan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1)

Item Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig	Taraf Sig.	Keterangan
X1.1	0.594	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.2	0.745	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.3	0.644	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.4	0.743	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.5	0.716	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.6	0.683	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.7	0.731	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.8	0.713	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.9	0.728	0.1966	0.000	0.05	VALID
X1.10	0.737	0.1966	0.000	0.05	VALID

Hasil uji validitas variabel citra perusahaan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji validitas variabel citra perusahaan (X2)

Item Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig	Taraf Sig.	Keterangan
X2.1	0.586	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.2	0.605	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.3	0.797	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.4	0.802	0.1966	0.000	0.05	VALID

Item Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig	Taraf Sig.	Keterangan
X2.5	0.832	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.6	0.770	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.7	0.802	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.8	0.755	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.9	0.745	0.1966	0.000	0.05	VALID
X2.10	0.755	0.1966	0.000	0.05	VALID

Hasil pengujian validitas variabel kepuasan pengguna disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji validitas variabel kepuasan pengguna (Y)

Item Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig	Taraf Sig.	Keterangan
Y.1	0.586	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.2	0.605	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.3	0.797	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.4	0.802	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.5	0.832	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.6	0.770	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.7	0.802	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.8	0.755	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.9	0.745	0.1966	0.000	0.05	VALID
Y.10	0.755	0.1966	0.000	0.05	VALID

Seluruh item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung melebihi r tabel serta signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria instrumen reliabel apabila $\alpha > 0,60$. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada Tabel 9.

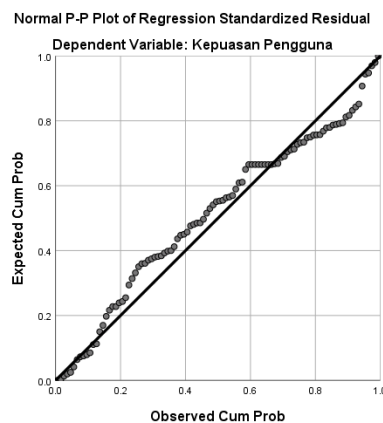
Tabel 9. Hasil uji reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Hasil Cronbach Alpha	Syarat Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.886	0.60	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0.909	0.60	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0.892	0.60	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha untuk kualitas pelayanan (0,886), citra perusahaan (0,909), dan kepuasan pengguna (0,892) seluruhnya melampaui batas minimum, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kelayakan model regresi dalam memenuhi asumsi dasar, sehingga estimasi parameter dapat diinterpretasikan dengan lebih valid. Normalitas residual diuji melalui grafik Normal P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov *Exact Test*.



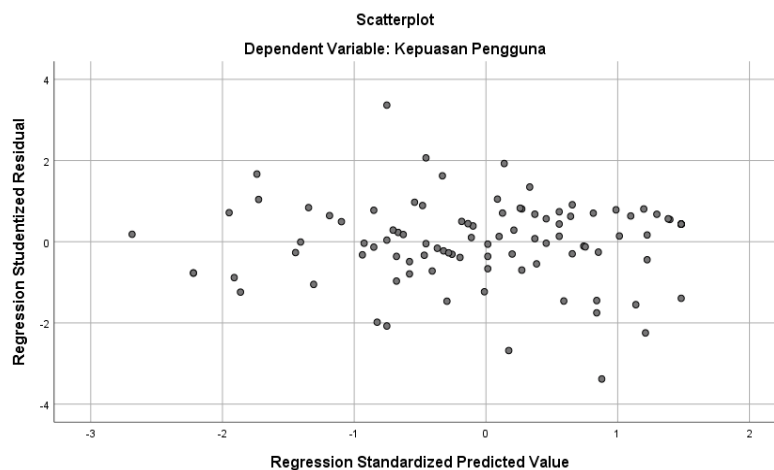
Gambar 2. Normal P-P Plot residual

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik residual terlihat mengikuti dan mendekati garis diagonal, yang menunjukkan bahwa distribusi residual cenderung normal. Pola ini mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan..

Tabel 10. Hasil Kolmogorov–Smirnov Exact Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30267333
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.094
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.265
Point Probability		.000

Nilai *Exact Sig.* sebesar 0,265 (lebih besar dari 0,05) mendukung kesimpulan bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.



Gambar 3. Scatterplot uji heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3, sebaran titik terlihat menyebar secara acak di sekitar sumbu horizontal tanpa membentuk pola tertentu seperti mengerucut atau bergelombang. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Multikolinieritas diuji melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria $Tolerance \geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$. Hasil pengujian multikolinieritas menggunakan nilai tolerance dan VIF dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil uji multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.368	2.640		3.169	.002		
Kualitas Pelayanan	.374	.097	.385	3.848	.000	.378	2.644
Citra Perusahaan	.430	.094	.457	4.572	.000	.378	2.644

Nilai VIF untuk X1 dan X2 sebesar 2,644 (≤ 10) serta nilai *Tolerance* sebesar 0,378 ($\geq 0,10$). Dengan demikian, model dinyatakan bebas multikolinieritas, sehingga variabel independen tidak menunjukkan korelasi tinggi yang mengganggu estimasi regresi.

3.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Output koefisien regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.368	2.640		3.169	.002
	Kualitas Pelayanan	.374	.097	.385	3.848	.000
	Citra Perusahaan	.430	.094	.457	4.572	.000

Berdasarkan hasil estimasi, model regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 8,368 + 0,374X_1 + 0,430X_2 + e$$

Interpretasi koefisien menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Koefisien kualitas pelayanan (0,374) mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengguna, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien citra perusahaan (0,430) menunjukkan pengaruh yang relatif lebih kuat dibanding kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, yang mengisyaratkan bahwa persepsi reputasi, pengenalan, dan daya tarik perusahaan dapat memperkuat penilaian pengguna terhadap pengalaman layanan.

3.1.5 Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen secara parsial. Dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = n - k - 1 = 97$, nilai t tabel sebesar 1,985. Hasil pengujian hipotesis parsial menggunakan uji t disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Output uji t (parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.368	2.640		3.169	.002
	Kualitas Pelayanan	.374	.097	.385	3.848	.000
	Citra Perusahaan	.430	.094	.457	4.572	.000

Hasil uji t menunjukkan, Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) karena t hitung = 3,848 > 1,985 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis parsial pertama diterima. Citra perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) karena t hitung = 4,572 > 1,985 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis parsial kedua diterima.

Hasil pengujian hipotesis simultan menggunakan uji F disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Output uji F (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1868.183	2	934.091	83.906	.000 ^b
	Residual	1079.857	97	11.133		
	Total	2948.040	99			

Hasil menunjukkan F hitung = 83,906 lebih besar dibanding F tabel (3,090) dan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga hipotesis simultan diterima.

3.1.6 Koefisien Determinasi (R²)

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Output model summary (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.626	3.337

Nilai R² sebesar 0,634 menunjukkan bahwa 63,4% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sedangkan 36,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai ini mengindikasikan daya jelaskan model yang kuat, sekaligus menegaskan peluang pengembangan model dengan memasukkan variabel tambahan yang relevan.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji parsial menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan mutu layanan yang tercermin melalui dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mendorong peningkatan kepuasan pengguna jalan tol. Secara konseptual, hasil ini konsisten dengan pandangan bahwa kepuasan merupakan respons evaluatif pengguna setelah membandingkan ekspektasi dengan pengalaman layanan yang diterima. Ketika layanan yang dirasakan semakin mendekati atau melampaui harapan pengguna, tingkat kepuasan cenderung meningkat.

Secara empiris, temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Rahaviana & Widyarningsih, 2024). Dalam konteks layanan jalan tol, kualitas pelayanan yang dirasakan pengguna dapat terwujud melalui kelancaran transaksi, ketepatan informasi operasional, respons petugas ketika terjadi kendala, serta kondisi fisik jalan dan fasilitas pendukung. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bersifat krusial karena menjadi pengalaman langsung (*service encounter*) yang paling mudah diamati pengguna dan berkontribusi pada evaluasi keseluruhan terhadap layanan.

3.2.2 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji parsial menunjukkan citra perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna, serta memiliki koefisien yang lebih besar dibanding kualitas pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna tidak hanya terbentuk dari pengalaman layanan aktual, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi yang lebih luas mengenai perusahaan. Citra perusahaan yang baik—melalui *recognition*, *reputation*, *affinity*, dan *loyalty*—dapat membentuk ekspektasi dan kepercayaan, sehingga pengguna lebih cenderung menilai layanan secara positif ketika perusahaan dipersepsikan kredibel dan profesional.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Gunawan et al., 2022). Dalam layanan infrastruktur publik seperti jalan tol, citra perusahaan dapat terbentuk dari konsistensi komunikasi, reputasi dalam pengelolaan dan perawatan jalan, respons terhadap keluhan, serta persepsi publik terkait komitmen keselamatan dan kualitas. Dengan demikian, citra perusahaan berfungsi sebagai "*psychological assurance*" yang memperkuat rasa percaya pengguna, bahkan ketika layanan menghadapi kondisi operasional dinamis.

3.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji simultan menunjukkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua variabel saling melengkapi dalam membentuk kepuasan: kualitas pelayanan merepresentasikan pengalaman aktual pengguna, sedangkan citra perusahaan merepresentasikan persepsi, kepercayaan, dan evaluasi reputasional yang menyertai pengalaman tersebut. Dengan kata lain, peningkatan kepuasan pengguna lebih efektif dicapai ketika perbaikan mutu layanan diikuti penguatan citra perusahaan melalui komunikasi, konsistensi, dan reputasi kinerja.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Alfiarini & Chandra, 2023). Dalam konteks jalan tol dalam kota yang memiliki dinamika lalu lintas tinggi, hasil ini menegaskan bahwa manajemen layanan tidak cukup hanya fokus pada aspek operasional, tetapi juga perlu membangun persepsi publik yang positif agar kepuasan pengguna terjaga secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan studi-studi terbaru dalam literatur manajemen jasa yang menekankan pentingnya integrasi antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada sektor layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan yang bersifat operasional, tetapi juga oleh persepsi reputasi dan kredibilitas organisasi (Latoki et al., 2023) (Saputra et al., 2024). Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada sektor jasa komersial seperti perbankan, ritel, dan layanan digital. Penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dengan menguji hubungan tersebut dalam konteks layanan infrastruktur transportasi, khususnya jalan tol dalam kota yang memiliki karakteristik operasional berbeda. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkaya literatur mengenai kepuasan pengguna layanan publik berbasis infrastruktur transportasi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota. Secara parsial, kualitas pelayanan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, yang menunjukkan bahwa peningkatan aspek layanan seperti responsivitas, keandalan, dan kenyamanan akan mendorong peningkatan kepuasan pengguna jalan tol. Selain itu, citra perusahaan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap reputasi, kepercayaan, dan profesionalitas perusahaan dapat memperkuat penilaian pengguna terhadap layanan yang diterima. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berperan penting dalam membentuk kepuasan

pengguna layanan jalan tol dalam kota. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola jalan tol, khususnya Jasamarga Metropolitan Tollroad, perlu secara berkelanjutan meningkatkan kualitas pelayanan operasional sekaligus memperkuat citra perusahaan melalui komunikasi publik yang transparan, konsistensi kualitas layanan, serta respons yang cepat terhadap kebutuhan dan keluhan pengguna. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan pengalaman layanan serta mempertahankan tingkat kepuasan pengguna secara berkelanjutan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang relatif terbatas serta cakupan penelitian yang hanya berfokus pada satu ruas jalan tol dalam kota, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan pada seluruh layanan jalan tol di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, meningkatkan jumlah sampel, serta mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti kepercayaan pengguna, loyalitas pelanggan, atau perceived value agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan jalan tol.

REFERENCES

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Aini, M., Sari, I., & Astuti, D. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Semangat Kerja Karyawan Dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas Pada PT. X Jakarta. *Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 13(1), 67–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2057>
- Alfianto, A., & Ilahi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Amsir Bunga Rampai*, 1(1), 27–40.
- Alfiarini, I. A., & Chandra, R. (2023). Effect of service quality and company image on customer satisfaction mediated by price at CV . Rizqy Abadi Utama Jakarta. *Business, Accounting and Management*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.36406/ijbam.v6i01.799>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2).
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Angraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Antoro, B. (2025). Kesalahan Sistematis Penggunaan Skala Likert Dalam Penelitian : Analisis Systematic Literature Review. *JURNAL MULTIDISIPLIN SOSIAL HUMANIORA*, 2(2), 63–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.70585/jmsh.v2i2.163>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arisanti, D., & Cahyani, L. N. (2024). Analisis kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. *Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 42–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i1.6238>
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>
- El-adly, A., & Arianingsih, A. (2022). Tanggapan Responden Terhadap Media Pembelajaran Game Kanji Tabi. *Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(1), 83–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/mhd.v2i1.7065>
- Fadli, M., Augustin, J., & Zahara, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT . Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. *Administrasi Bisnis*, 12(1), 76–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jab.v12i1.46288>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85–114.
- Gunawan, M. M., Nugraheni, K. S., & Octafian, R. (2022). How the image of the company and the value of the customer affect satisfaction. *MANAGEMENT AND TOURISM*, 2(2), 161–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/bijmt.v2i2>
- Huda, M., & Azar, M. A. S. (2021). Pengaruh lingkungan kerja, stres kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pt. forisa nusapersada lamongan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 13(2), 160–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.52166/humanis.v13i2.2480>
- Juliandi, A., Irfan, Manurung, S., & Satriawan, B. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS* (R. Franita (ed.)). Penerbit Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Kartika, I., & Arifudin, O. (2025). Menanamkan Akhlak Mulia Melalui Pendidikan Agama Islam : Studi Kontekstual Surat Luqman Di Pendidikan Menengah. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan*

- Pendidikan, 4(10), 3305–3318. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i10.3487>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. PANDIVA BuKu.
- Latoki, L., Marjun, Kamal, Salim, F. U., Al Idrus, A., & Esianta. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Hypermart Palu Grand Mall Kota Palu. *Ekonomi Trend*, 11(01), 17–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.31970/trend.v11i1.273>
- Lestari, A. D., Prehastanti, A., Puspitasari, N. S., & Syah, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Pada Geprek Mak Puji. *Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 751–758. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19784>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Mooy, P. K., Augustinah, F., & Ferriswara, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kantor Advokat. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 275–286.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245. <https://doi.org/https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan : Analisis Kualitas Pelayanan , Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Paulia, D. E., & Fahrudin. (2025). Strategi Penanggulangan Dampak Pembangunan Jalan Tol Terhadap Sosial dan Ekonomi Masyarakat Lokal. *Trends Economics and Accounting Research*, 6(1), 11–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/jtear.v6i1.2069>
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65–71.
- Rahaviana, K. P., & Widyaningsih, N. (2024). The Effect of Service Quality and Toll Price Rates on Toll Road User Satisfaction (Case Study on Kelapa Gading – Pulo Gebang Toll Road). *Syntax Transformation*, 5(4), 673–687. <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jst.v5i3.945>
- Ramadhiani, A. A., & Sari, R. P. (2025). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sia Berbasis Bank Digital Pada Mahasiswa Akuntansi Generasi Z Di Surabaya Dengan Pengaruh Sosial Sebagai Variabel Mediasi. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI*, 2(4), 54–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.69714/84hxzt30> FAKTOR-FAKTOR
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen* (M. Hamdi (ed.)). UIN KHAS Press.
- Rinaldi, M., Prayudyanto, M. N., & Syaiful. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur Dan Industri Jasa Konstruksi*, 1(1), 309–315.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Ilmu Politik*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.61787/taceee75>
- Saputra, B. D., Saputra, D. D., & Malik, A. (2024). Pembangunan Infrastruktur Jalan Tol Government Policy On State Expenditures For Toll Road. *Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 8822–8827.
- Sari, C. A., & Sari, I. (2023). The Influence Of Brand Ambassadors, Product Quality And Price On The Interest In Buying Scarlett Whitening Products In Bekasi. *ASSETS*, 13(2), 172–188.
- Satria, H. (2024). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating*. 4(2), 134–144.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah. *Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Penelitian Pendidikan*, 5(September), 110–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., & Panatap, J. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif : Populasi , Sampel , dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 473–492. <https://doi.org/https://10.55927/fjas.v1i4.1250>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt . Telkom Indonesia Pekanbaru. *Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1), 27–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.58794/bns.v3i1.451>
- Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6), 1–15.
- Yuniarti, R. (2022). Kesalahan Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik dalam Menyelesaikan Soal Statistika Deskriptif dan Statistika Inferensial. *Sains Matematika Dan Statistika*, 8(1), 46–58. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jsms.v8i1.13312>