

## Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terminal Penumpang Kapal Cepat Terhadap Kepuasan Konsumen

*Paisal<sup>a</sup>, Afrizawati<sup>b</sup>*

<sup>a</sup>Politeknik Negeri Sriwijaya, Jurusan Administrasi Bisnis, Indonesia. Email: paisal.conk@gmail.com

<sup>b</sup>Politeknik Negeri Sriwijaya, Jurusan Administrasi Bisnis, Indonesia. Email: afrizawati@polsri.ac.id

---

### ABSTRAK

**Tujuan penelitian** – Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang.

**Desain/Methodologi/Pendekatan**– Objek yang diteliti adalah penumpang yang menggunakan jasa transportasi jalur air pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang. Sampel dalam penelitian ini adalah 90 sampel dan menggunakan teknik sampling insidental. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisa data secara kualitatif dan kuantitatif menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS for Windows versi 22.

**Temuan**– Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,682 atau 68,2 atau 68,2% kepuasan pelanggan disumbangkan oleh dimensi kualitas jasa. Selanjutnya, dimensi yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah dimensi empati dengan persentase 71,2%.

**Keterbatasan penelitian**– Dalam penelitian ini, penulis menyarankan kepada perusahaan harus mempertahankan aspek yang dinilai baik dan melakukan pendekatan langsung kepada penumpang. Hal ini bertujuan agar karyawan dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan kepuasan konsumen dapat tercapai.

**Originality/value**– Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi pelayanan terhadap kepuasan dan betapa pentingnya pelayanan jasa pelabuhan kapal cepat terhadap penumpangnya

**Keywords:** Kualitas layanan, Kepuasan konsumen.

---

### PENDAHULUAN

Pentingnya kualitas pelayanan pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri seperti perbankan, asuransi, retail, pengacara dan jasa transportasi. Salah satu sektor yang dianggap penting dalam kehidupan yaitu sektor jasa transportasi. Menurut Kadir (2006:121), transportasi merupakan usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Terdapat macam-macam moda transportasi yang bisa digunakan oleh para konsumen dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Misalnya, Bus dan Kereta Api untuk Transportasi jalur darat. Berbagai macam kapal, dimulai dari kapal yang berukuran kecil sampai kapal dengan ukuran yang besar untuk Transportasi jalur air, dan berbagai macam model pesawat komersil yang disediakan oleh maskapai-maskapai penerbangan untuk transportasi jalur udara.

PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) cabang Palembang merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang kepelabuhanan yang menyediakan pelayanan jasa baik dalam penyediaan jasa bongkar muat ataupun penyediaan jasa layanan Transportasi jalur air. Dalam penyediaan jasa layanan Transportasi jalur air, PT Pelabuhan harus memberikan layanan terbaik hal ini harus didukung oleh berbagai aspek misalnya tersedianya fasilitas terminal penumpang untuk untuk penumpang naik dari pelabuhan ke kapal penumpang (embarkasi) ataupun keperluan penumpang turun dari kapal ke pelabuhan (debarkasi). Adapun rata-rata jumlah penumpang per bulan yang menggunakan moda transportasi jalur air yang disediakan oleh pihak PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang pada tahun 2014 dalam 4 bulan terakhir terhitung dari September – Desember adalah 13.673 orang. Sedangkan untuk tahun 2015 pada bulan januari jumlah penumpang pengguna moda transportasi jalur air

tersebut berjumlah 11.417 orang (Sumber: Diolah dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan 2014).

Penjelasan di atas, terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah penumpang pengguna transportasi jalur air pelabuhan Boombaru Palembang. Banyak faktor yang menyebabkan penurunan jumlah penumpang tersebut. Misalnya dalam hal sarana dan prasarana di lingkungan terminal penumpang, pada saat peneliti melakukan pengamatan, ditemukan kondisi bahwa ruang tunggu di terminal penumpang tidak berfungsi dengan baik, jumlah kursi tunggu yang tidak sebanding dengan jumlah penumpang membuat para penumpang menjadi malas untuk menggunakan fasilitas ini dan lebih memilih untuk menunggu langsung di depan pintu keberangkatan kapal. Selain itu, kondisi toilet yang hanya berjumlah 3 buah disertai dengan perawatan toilet yang tidak berkala membuat fasilitas-fasilitas ini tidak berjalan dengan optimal.

Penelitian ini juga ditujukan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa terminal penumpang yang dipandang sebagai salah satu elemen pendukung dari proses pelayanan transportasi jalur air yang diberikan oleh pihak PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang selaku penyedia jasa angkutan penumpang tersebut.

## **KAJIAN PUSTAKA/LITERATURE REVIEW**

### *Jasa dan kualitas jasa*

Jasa merupakan salah satu aspek penentu terhadap suatu keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan akan berhasil memperoleh keuntungan bilamana mereka mampu menyediakan jasa yang superior atau sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh para konsumennya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan dalam Adisaputro (2014:183) Jasa merupakan setiap perbuatan ataupun kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak tampak (Intangible) dan tidak mengakibatkan adanya perpindahan kepemilikan atas sesuatu. Proses produksinya bisa terikat atau tidak terikat pada sesuatu produk fisik.

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan itu sendiri (Tjiptono, 2004:59). Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Parasuraman dkk., dalam Lupiyoadi (2013: 216) ada 5 dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Berwujud (Tangible) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: Gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya
2. Reliabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercara. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas, tidak membiarkan pelanggan menunggu sehingga menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para

- pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun
5. Empati (emphaty), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasia yang nyaman bagi pelanggan.

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Sebagian besar konsumen bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran yang telah diberikan oleh perusahaan. Hal ini juga menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa).

Menurut Kottler dan AB Susanto (2000:52) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibanding dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya juga pelanggan perusahaan pesaing) hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Adisaputro (2014:68) ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

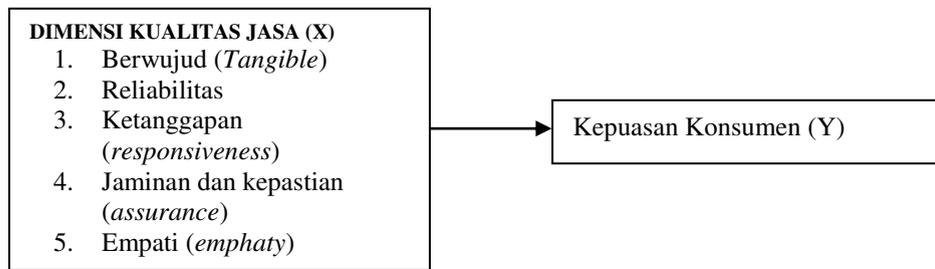
1. Memonitor dan menganalisis penyebab pelanggan yang tidak lagi membeli pada perusahaan.
2. Menemui pelanggan yang berhenti membeli dari kita atau berubah membeli brand pesaing.
3. Membentuk pembeli bayangan untuk berperan sebagai pembeli potensial produk pesaing dan melaporkan baik kekuatan maupun kelemahan produk kita maupun produk pesaing.

#### *Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan*

Kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat kualitas jasa merupakan ukuran relatif kesesuaian. kualitas desain merupakan fungsi dari spesifikasi produk atau jasa, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk atau jasa tersebut mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2004:51). Semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha memenuhi kebutuhan dari konsumennya akan menimbulkan suatu penilaian yang berasal dari konsumen itu sendiri, perusahaan juga harus semakin menyadari bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yang diterima dan dirasakannya adalah hal yang mendasar untuk menentukan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan tersebut kedepannya. Sehingga bisa dikatakan bahwa kualitas jasa yang diberikan merupakan faktor penentu yang mempengaruhi penilaian dari konsumen, apabila konsumen merasa kualitas jasa sesuai dengan apa yang ia harapkan kemungkinan besar konsumen akan melakukan pengulangan bahkan sampai merekomendasikan kepada orang lain. Begitu juga sebaliknya, jika konsumen akan berhenti untuk mengkonsumsi dan beralih ke penyedia jasa yang sejenis untuk mendapatkan kualitas jasa yang dipandanginya lebih sesuai untuk memenuhi harapannya.

## Kerangka Pikir

Adapun Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti pada **gambar 1**:



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada terminal penumpang PT Pelabuhan Indonesia II yang beralamat di Jalan Belinyu No.1 Boom Baru Palembang. Objek penelitian ini adalah para pengguna jasa terminal penumpang PT Pelabuhan Indonesia II, dan hanya meneliti tentang pengaruh kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen. Adapun jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber asli, yaitu hasil pengumpulan angket, dan data sekunder adalah yang dikumpulkan secara tidak langsung melalui media perantara, seperti hasil dari studi pustaka.

Populasi menurut Suliyanto (2005:90) adalah keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak kita uji. Populasi pada penelitian ini adalah semua penumpang *speedboat* yang menggunakan jasa terminal pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) cabang Palembang. Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2013:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2013:90) terdapat saran tentang ukuran sampel untuk penelitian diantaranya:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: Pria-Wanita, Pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30)
3. Bila penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (Korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan rujukan tersebut, penelitian ini menggunakan saran tentang ukuran sampel nomor 3 mengungkapkan bahwa batas sampel minimal adalah 10 kali jumlah variabel, namun mengingat jumlah pengguna transportasi jalur air ini cukup banyak, peneliti memutuskan untuk menaikkan batas sampel menjadi 15 kali jumlah variabel. Adapun perhitungannya adalah:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 15$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

Var. X = Kualitas pelayanan,  
terdiri dari 5 dimensi

X<sub>1</sub> = Tangible

X<sub>2</sub> = Reliabilitas

Teknik penentuan sample yang digunakan:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 15$$

X <sub>3</sub>	= Responsiveness	= (5 + 1) x 15
X <sub>4</sub>	= Assurance	= 90 responden
X <sub>5</sub>	= Empathy	Jumlah sampel yang diambil: 90 responden
Var. Y	= Kepuasan konsumen	

Dengan keterbatasan yang ada dalam penelitian, maka data diambil dengan menggunakan teknik Sampling Insidental dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti menurut Sugiyono (2013:85). Menurut Yusi (2009:43) Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam suatu penelitian dapat dibedakan menjadi variabel bebas (Independent Variabel) dan variabel terikat (Dependent Variabel) dimana biasanya disimbolkan dengan X dan Y. Dalam penelitian ini, Variabel bebas (X) adalah kualitas Jasa yang terdiri dari 5 dimensi sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut beserta indikatornya dan itemnya dapat dilihat pada **tabel 1**:

Dalam penelitian ini dilakukan analisa data dengan menggunakan metode:

1. Analisis Kualitatif

Analisa kualitatif/deskriptif digunakan untuk menjelaskan data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Analisis tentang deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan.

2. Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2013:8), analisis kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menggunakan regresi berganda. Penulis memasukkan data-data yang diperoleh ke dalam program pengolahan data SPSS versi 22 (*Statistic Product and Service Solution*) metode statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen pada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang. Regresi Berganda, adapun model persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta dari persamaan regresi
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> , b <sub>4</sub> , b <sub>5</sub>	= Koefisien regresi dari masing-masing dimensi
X <sub>1</sub>	= Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)
X <sub>2</sub>	= Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan)
X <sub>3</sub>	= Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)
X <sub>4</sub>	= Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)
X <sub>5</sub>	= Koefisien <i>Empathy</i> (Keandalan)
e	= <i>Error</i>

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis dan mengolah data di dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah Regresi Linier berganda yang bertujuan untuk melihat pengaruh Kualitas jasa (Berwujud (*Tangible*), Reliabilitas, Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*)) terhadap kepuasan konsumen. Adapun output dari SPSS mengenai pengaruh kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada **tabel 2**:

**Tabel 1. Operasional Variabel**

No	Dimensi	Indikator	Item
1	X <sub>1</sub> (Tangible)	X <sub>1.1</sub> (Fasilitas fisik)	1. Kapasitas ruang tunggu
			2. Kebersihan
		X <sub>1.2</sub> (Sarana dan prasarana)	3. Kondisi toilet
			4. Kualitas penerangan
			5. Suhu ruangan
	X <sub>2</sub> (Reliabilitas)	X <sub>2.1</sub> (Ketepatan waktu)	6. Ketepatan Informasi berangkat/tiba kapal
			7. Melayani tanpa membeda-bedakan
	X <sub>3</sub> (Respon-siveness)	X <sub>3.1</sub> (Pelayanan cepat dan tepat)	8. Pemberian Pas Pela- buhan
			9. Penumpang masuk ke terminal
			10. Pengetahuan tentang fasilitas terminal
	X <sub>4</sub> (Assurance)	X <sub>4.1</sub> (Sopan santun)	11. Sikap petugas kepada penumpang
			12. Sikap pegawai dengan sesama pegawai
		X <sub>4.2</sub> (Rasa Percaya)	13. Keamanan terminal penumpang
			14. Petugas jujur dan dapat dipercaya
	X <sub>5</sub> (Empathy)	X <sub>5.1</sub> (Pemahaman kebutuhan pelanggan secara spesifik)	15. Ketersediaan bantuan keamanan
			16. Perhatian petugas
			17. Ramah dan sepenuh hati
2	Y <sub>1</sub> (Kepuasan Konsumen)	Y <sub>1.1</sub> (Pelayanan Sesuai harapan)	18. Pelayanan harapan
		Y <sub>1.2</sub> (Merasa senang)	19. Perasaan senang dan puas
		Y <sub>1.3</sub> (Merekomendasikan)	20. Merekomendasikan
		Y <sub>1.4</sub> (Melakukan pengulangan)	21. Pengulangan kembali

Note: Variabel Dependen adalah Kepuasan konsumen (Y), dan Variabel Independen adalah Kualitas layanan (X).

**Tabel 2. Estimasi Model Kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen**

Variabel	B	SE	Beta	t	Sig
C	.143	1.214	-	.117	.907
Total_Tangible	.214	.071	.260	3.011	.003
Total_Reliabilitas	.051	.164	.024	.313	.755
Total_Responsiveness	.050	.110	.035	.451	.653
Total_Assurance	.252	.067	.307	3.781	.000
Total_Empathy	.712	.157	.380	4.539	.000

R = 0,836

R square = 0,700

Adj. R square = 0,682

SE Estimation= 1,752

F = 39,147 (0,000)

Note: Dependen variabel: Kepuasan konsumen. Sumber: Data primer diolah (2016)

Dari hasil regresi yang telah didapat, maka dapat dibuat persamaan yaitu:

$$Y = 0,143 + 0,214X_1 + 0,051X_2 + 0,50X_3 + 0,252X_4 + 0,712X_5$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen memiliki konstanta sebesar 0,143 yang menyatakan bahwa jika tidak ada kualitas jasa terminal penumpang maka kepuasan konsumen adalah 0,143 atau 14,3%.
- b) Dimensi berwujud (*tangible*) ( $X_1$ ) mempunyai nilai positif yaitu sebesar 0,214 yang mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi tersebut sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,214 atau 21,4%.
- c) Dimensi reliabilitas ( $X_2$ ) mempunyai nilai positif sebesar 0,051 yang mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi reliabilitas sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,051 atau 5,1%.
- d) Dimensi Ketanggapan (*responsiveness*) ( $X_3$ ) mempunyai nilai yang positif sebesar 0,252 yang mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi ketanggapan (*responsiveness*) sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,252 atau 25,2%.
- e) Dimensi jaminan dan kepastian (*Assurance*) ( $X_4$ ) mempunyai nilai yang positif sebesar 0,712 yang mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi jaminan dan kepastian (*Assurance*) sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,712 atau 71,2%.
- f) Dimensi Empati (*Empathy*) ( $X_5$ ) mempunyai nilai yang positif sebesar 0,380 yang mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi Empati (*Empathy*) sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,380 atau 38%.

Uji simultan dengan uji statistik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah *output* uji F, Hipotesisnya sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh secara simultan antara kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen

Ha: Ada pengaruh secara simultan antara kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen

Untuk dapat menyimpulkan hipotesis mana yang akan kita pakai pada pengujian ini, sebelumnya kita akan melakukan pengujian dengan dua cara. Pertama, dengan membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ). Cara kedua ialah dengan membandingkan angka taraf signifikansi (*sig.*) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 dan diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Df_1 &= k - 1 \\ &= 6 - 1 \\ &= 5 \end{aligned}$$

Setelah mendapatkan hasil  $Df_1$ , yaitu hasil dari pengurangan semua jumlah variabel dikurangi dengan satu, maka langkah selanjutnya dengan mencari  $Df_2$ .  $Df_2$  didapatkan dari jumlah semua sampel dikurangi jumlah semua variabel.

$$\begin{aligned} Df_2 &= n - 6 \\ &= 90 - 6 \\ &= 84 \text{ dengan sig. } 0,05 \text{ (lihat di tabel statistik)} \end{aligned}$$

Dari ketentuan tersebut yang dapat di lihat di tabel statistik F dan diperoleh angka F tabel sebesar 2,323. Berdasarkan tabel 4.18, dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} 39,147 > f_{tabel} 2,323$ . Sehingga bisa dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh secara simultan antara kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen. Menggunakan cara

kedua yaitu membandingkan antara besarnya angka taraf signifikansi penelitian dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.

Jika signifikansi < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika signifikansi > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Berdasarkan perhitungan diatas, angka signifikan pada tabel Anova menunjukkan angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara signifikan terdapat pengaruh antara kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas jasa secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh Dimensi kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 2, Angka R sebesar 0,682 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara dimensi kualitas jasa terminal penumpang terhadap kepuasan konsumen adalah sangat kuat. Dan dapat dilihat juga pada tabel *R Square* kelima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari Berwujud (*Tangible*), Reliabilitas, Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) memberikan sumbangan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 68,2% yang didapat dari:

$$KD = R^2 \times 100$$

$$KD = 0,682 \times 100\%$$

$$KD = 68,2\%$$

sementara sisanya sebesar 31,8% ( $100\% - 68,2\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

#### **Pengaruh dimensi Berwujud (*Tangible*) terhadap kepuasan konsumen.**

Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS diperoleh t hitung sebesar 3,011. Jadi dapat dilihat bahwa t hitung sebesar 3,011 > t tabel sebesar 1,989. Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan artinya bahwa dimesi Berwujud (*Tangible*) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil ini juga dapat dilihat bahwa pertanyaan yang ada dalam kuesioner mengenai cukupnya kapasitas ruang tunggu, kebersihan terminal penumpang, kondisi toilet, kualitas penerangan dan suhu udara yang ada di terminal penumpang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pada tabel *Coefficients* di atas, angka sig penelitian sebesar  $0,003 < \text{taraf signifikansi sebesar } 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dimensi berwujud (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen tersebut. Hal ini berarti, ketersediaan atau kelengkapan sarana dan prasarana terminal penumpang memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan fasilitas terminal penumpang tersebut.

#### **Pengaruh dimensi reliabilitas terhadap kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS diperoleh t hitung sebesar 0,313. Jadi, dapat dilihat bahwa t hitung  $0,881 < \text{daripada t tabel sebesar } 1,989$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, secara parsial dimensi reliabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pada tabel *Coefficients* diatas, angka sig penelitian sebesar  $0,755 > \text{taraf signifikansi sebesar } 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya dimensi reliabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen tersebut.

#### **Pengaruh dimensi Ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS diperoleh t hitung sebesar 0,642. Jadi, dapat dilihat bahwa t hitung  $0,451 < \text{daripada t tabel sebesar } 1,989$ . Maka,  $H_0$  diterima dan  $h_a$  ditolak. Artinya, dimensi ketanggapan (*responsiveness*) secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pada tabel *Coefficient* di atas angka sig. penelitian sebesar  $0,653 > \text{taraf signifikansi sebesar } 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan

Ha ditolak. Artinya dimensi ketanggapan (*responsiveness*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen tersebut.

#### **Pengaruh dimensi jaminan dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS diperoleh t hitung sebesar 3,781. Jadi, dapat dilihat bahwa t hitung 3,781 > daripada t tabel sebesar 1,989. Maka, Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya, dimensi jaminan dan kepastian (*assurance*) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil ini juga bisa dilihat bahwa pertanyaan yang ada di kuesioner mengenai sikap petugas dalam melayani penumpang, sikap petugas dengan sesama pegawai, pengamanan terminal penumpang, serta kejujuran petugas terminal penumpang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pada tabel *Coefficient* di atas angka sig. penelitian sebesar 0,000 < taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya dimensi Jaminan dan kepastian (*assurance*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen tersebut.

#### **Pengaruh dimensi empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS diperoleh t hitung sebesar 4,539. Jadi, dapat dilihat bahwa t hitung 4,539 > daripada t tabel sebesar 1,989. Maka, Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, dimensi empati (*emphaty*) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil ini juga bisa dilihat bahwa pertanyaan yang dimuat didalam kuesioner mengenai perhatian petugas terhadap penumpang, dan keramahan petugas saat melayani penumpang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pada tabel *Coefficient* di atas angka sig. penelitian sebesar 0,000 < taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, dimensi Empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa terdapat tiga dimensi yang memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu Berwujud (*Tangible*), Jaminan dan kepastian (*Assurance*), dan empati (*emphaty*). sedangkan untuk dimensi ketanggapan (*responsiveness*) dan jaminan dan keamanan (*Assurance*) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **Dimensi kualitas layanan jasa yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.**

Setelah kita mendapatkan keluaran SPSS dari uji t, yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini dimensi yang paling dominan X<sub>5</sub> yaitu dimensi Empati (*Empathy*), karena variabel tersebut menunjukkan nilai koefisien regresi yang paling tinggi sebesar 0,712 atau 71,2% dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan dilihat dari t hitung sebesar 4,539. Dalam hal ini menunjukkan bahwa lebih dari sebagian responden yang memilih dimensi empati (*Empathy*) dalam kualitas layanan jasa terminal penumpang PT Pelabuhan Indonesia II (persero) cabang Palembang untuk menjadi dimensi yang paling mempengaruhi kepuasan dari responden tersebut, karena bisa dilihat bahwa empati merupakan suatu perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada konsumen. penumpang menilai bahwa empati ini adalah hal yang paling berpengaruh dikarenakan penumpang tidak bisa melakukan kegiatan secara sendiri di terminal penumpang, diperlukan suatu pelayanan yang bersifat individual dari petugas terminal penumpang. Misalnya saat penumpang mengalami kesulitan dan keinginan untuk mendapatkan informasi, penumpang membutuhkan perhatian yang besar serta pelayanan optimal dengan ramah dan sepenuh hati dan para petugas pun harus bersentuhan langsung untuk menyelesaikan kesulitan yang dirasakan oleh penumpang tersebut. Jadi, penulis dapat menyimpulkan bahwa dimensi Empati (*Empathy*) adalah dimensi yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila keadaan pelayanan yang diberikan oleh petugas sudah sesuai dengan dimensi empati ini, yaitu pelayanan secara individual dengan ramah dan sepenuh hati, maka bisa dikatakan bahwa kepuasan konsumen akan tercapai dan dimensi ini lah yang harus

diperhatikan oleh pihak PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) cabang Palembang selaku penyedia jasa terminal penumpang karena nilai *output* dari hasil penelitian yang menunjukkan besarnya pengaruh dimensi Empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian di terminal penumpang PT Pelabuhan Indonesia II (persero) cabang Palembang dan pembahasan yang diuraikan diatas, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara simultan atau keseluruhan menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $39,147 > 2,323$ ) yang artinya ada pengaruh antara dimensi Berwujud (*Tangible*), Reliabilitas, Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen. Melalui koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa korelasi atau hubungan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,836 atau 83,6% dan sumbangan pengaruh dimensi Berwujud (*Tangible*), Reliabilitas, Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen sebesar 68,2% sedangkan 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.
2. Secara parsial dapat diketahui dimensi kualitas pelayanan jasa yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu untuk berwujud (*tangible*) sebesar 0,214 atau 21,4%, untuk Reliabilitas sebesar 0,051 atau 5,1%, Ketanggapan (*responsiveness*) sebesar 0,050 atau 5%, Jaminan dan kepastian (*assurance*) sebesar 0,252 atau 25,2%, dan Empati (*emphaty*) sebesar 0,712 atau 71,2% dan untuk uji t (Uji secara parsial atau sendiri-sendiri) didapat tiga dimensi yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu Berwujud (*Tangible*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) sedangkan untuk dimensi reliabilitas dan Ketanggapan (*Assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **SARAN DAN FUTURE RESEARCH**

1. Pihak perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan aspek aspek yang sudah dianggap baik, hal ini terlihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen (Berwujud (*Tangible*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Ketanggapan (*Assurance*)), agar dikemudian hari kepuasan konsumen akan lebih meningkat.
2. Untuk mengetahui dan mempelajari keinginan serta kebutuhan pelanggan, perlu dilakukan pendekatan langsung kepada pelanggan. misalnya dengan cara bertanya kepada para pelanggan, guna mendapatkan informasi mengenai kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan tersebut secara langsung. Serta hendaknya dilakukan pemantauan secara rutin dan berkala terhadap kinerja para petugas agar penumpang dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas yang ada di terminal penumpang ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Hardi, Hendra. 2011. *Belawan International Passenger Terminal*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BFFE Yogyakarta

- Kadir, Abdul. 2006. *Transportasi: Peran dan Dampaknya Dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Kottler, Philip dan AB Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba 4.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2012. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Yusi, M. Syahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kuantitatif*. Indonesia: Citra Books Indonesia.

### **TENTANG PENULIS**

Deskripsikan mengenai penulis yang terdapat pada artikel ini.

<p><b>Penulis pertama</b> Dr. Paisal adalah lulusan Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya tahun 2016. Sekarang merupakan pengajar pada Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis. Pada penelitian ini penulis sangat tertarik mengenai pelayanan jasa yang dilakukan oleh oleh PT Pelindo II Palembang dan berapa besar faktor-faktor pelayanan jasa terhadap penunjang pada pelabuhan kapal cepat di Bom Baru Palembang.</p> <p>Email: paisal.conk@gmail.com</p>	<p><b>Penulis kedua</b> Afrizawati, SE, M.Si. adalah lulusan Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya tahun 2016. Sekarang mengajar sebagai dosen di Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis. Pada penelitian ini penulis sangat tertarik untuk mengetahui betapa pentingnya dimensi pelayanan terhadap kepuasan yang dilakukan oleh oleh PT Pelindo II Palembang.</p> <p>Email: afrizawati@polsri.ac.id</p>
--	--

### **LAMPIRAN (OPTIONAL)**

-