

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA KAPAL PADA PT. TIRTA PERMAI BAHARI MEDAN

**Samuel Tenang Ukur Ardianta Ginting, S.E.,M.M.¹, Charisma Kuriata Ginting²,
Tatia Kristina Br Tambunan³, Putri Ramadania⁴**

^{1,2}Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan

^{3,4}Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan
Email : samuelginting281@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is an archipelagic country with maritime economic activities, which include port management, ship docking, cargo transportation, and various shipping-related services. Therefore, many shipping companies operate in the field of ship agency services. Their operational activities, including ship arrivals and departures, raise concerns about service quality and customer satisfaction. The independent variable (X) is Service Quality, and the dependent variable (Y) is Customer Satisfaction. The method used is quantitative descriptive analysis. The results of a simple regression analysis conclude that variable X can influence variable Y, as seen from the magnitude of the regression coefficient obtained. The results of the multiple correlation (R) test indicate that each increase in variable X will increase variable Y. The results of the multiple determination coefficient test indicate that the independent variable influences the dependent variable, while the remaining variables are influenced by other variables. The partial coefficient (r) test results show a regression coefficient of 61.6% and an R-square of 37.9%, which will determine the extent to which the independent variable dominates the dependent variable. The theories are then tested through measuring variables from numbers and analyzing data using statistical procedures using SPSS software. Based on this, the research objective and title are "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Shipping Services at PT. Tirta Permai Bahari Medan."

Keywords: *Service Quality; Customer Satisfaction; Ship Services*

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan kegiatan ekonomi maritim, hal ini penting diantaranya pengelolaan pelabuhan, kapal-kapal berlabuh, muatan diangkut, dan berbagai layanan terkait perkapalan disediakan. Sehingga banyak Perusahaan pelayaran bergerak di bidang pelayanan keagenan kapal, kegiatan operasionalnya tentang kedatangan dan keberangkatan kapal, menimbulkan perhatian terhadap mutu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumennya. Kemudian variabel mana yang lebih dominan, variabel Independen (X) Kualitas Pelayanan. Dan variabel dependen (Y) Kepuasan konsumen. Metode menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil analisis regresi sederhana menyimpulkan Variabel X dapat mempengaruhi Variabel Y melihat besarnya koefisien regresi yang diperoleh. Hasil uji korelasi berganda (R) setiap terjadi kenaikan pada variabel X maka akan meningkatkan variabel Y. Dan hasil uji koefisien determinasi berganda variabel Independen mempengaruhi variabel dependen, sisanya dipengaruhi variabel lain. Dari hasil uji koefisien parsial (r) nilai koefisien regresinya sebesar 61,6% dan R Square 37,9% akan diperoleh variabel independent seberapa dominan terhadap variabel dependen. Kemudian pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel dari angka-angka dan analisa data dengan prosedur statistik, melalui Software SPSS. Berdasarkan itu Tujuan penelitian sekaligus mengangkat judul penelitian



“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan”.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen; Jasa Kapal*

PENDAHULUAN

Negara yang memiliki kegiatan ekonomi maritim, salah satu kegiatannya adalah pengelolaan pelabuhan, di mana kapal-kapal berlabuh, muatan diangkut, dan berbagai layanan terkait perkapalan disediakan. Sehingga banyak Perusahaan pelayaran yang bergerak di bidang pelayanan keagenan kapal yang kegiatan operasionalnya tentang kedatangan kapal dan keberangkatan kapal bermunculan, dalam ini menimbulkan pandangan yang semakin kritis terhadap mutu suatu pelayanan terhadap kepuasan konsumennya. Disisi konsumen kualitas mutu pelayanan atau produk merupakan variabel keberhasilan dari perusahaan sesuai dengan uang yang dibelanjakan.

Harapan pelanggan dan persepsi pelayanan merupakan dua contoh elemen yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Irvan Ardiansyah, 2023). Tuntutan pelanggan merupakan titik awal kualitas layanan, yang pada akhirnya menghasilkan opini yang baik mengenai kualitas layanan. Pelanggan mengevaluasi tingkat kualitas layanan suatu perusahaan karena merekalah yang membeli dan menggunakan barang dan jasa, bukan produsen atau penyedia layanan. (Santoso, 2021) menegaskan bahwa evaluasi kualitas dilakukan pada seluruh penyelenggaraan pelayanan publik, dan kualitas layanan merupakan keadaan dinamis yang berkaitan dengan barang, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Pelanggan dan pengguna layanan harus menganggap layanan itu berharga jika fokus pada kebutuhan mereka. Pihak internal dalam dunia usaha atau penyedia jasa harus mampu menjalankan tugasnya masing-masing sesuai dengan tanggung jawab dan fungsi pokoknya agar dapat mencapai kualitas pelayanan atau memperoleh penilaian yang baik dari konsumen jasa. Ini adalah proses dimana konsumen jasa mengevaluasi kualitas jasa mereka (Insani, 2020).

Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud nyata adalah lima komponen utama yang membentuk SERVQUAL, yang merupakan akronim dari 22 penentu kualitas layanan (Eva Sundari, 2023). 1) Keandalan: Kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan tepat. Secara umum, keandalan mengacu pada kemampuan bisnis untuk memenuhi komitmennya dalam hal penetapan harga, pemecahan masalah, dan penyampaian layanan. Dalam industri jasa asuransi, layanan yang dapat diandalkan didefinisikan sebagai kemampuan agen asuransi untuk memberikan layanan sesuai janji dan segera membantu klien dalam menyelesaikan masalah. 2) Daya Tanggap: Kapasitas untuk membantu klien dan memberikan layanan dengan cepat. Ketika menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen, dimensi ini sangat menekankan pada akurasi dan perhatian terhadap detail. Kapasitas agen asuransi untuk dengan cepat membantu klien dan mengatasi keluhan mereka adalah indikasi lain dari layanan responsif di perusahaan asuransi. 3) Jaminan: Keahlian, kesopanan, dan kapasitas karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan. Dalam industri seperti perbankan, asuransi, dan kedokteran yang menuntut tingkat kepercayaan yang tinggi, komponen ini bisa sangat penting. Oleh karena itu, jaminan, seperti jaminan keamanan dan kemudahan partisipasi dalam program asuransi, sangat penting bagi konsumen dalam hal layanan asuransi. 4) Empati (Empati) Pelanggan menerima perhatian dan perawatan yang dipersonalisasi. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada klien bahwa mereka unik dan bahwa kebutuhan mereka dapat dikenali dan dipenuhi. Tentu saja, layanan agen harus mampu menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap klien mereka untuk mempertahankan hubungan positif. 5)



Bukti Fisik (Berwujud) dalam bentuk bangunan, personel, peralatan, dan fasilitas yang sebenarnya. Bentuk fisik dan layanan yang akan diperoleh pelanggan dijelaskan dalam dimensi ini. Contohnya termasuk kerapian penampilan agen, kebersihan dan kenyamanan area transaksi, dan fasilitas kantor (Saputri, 2019).

Sejauh mana barang dan jasa suatu bisnis memenuhi harapan konsumen diukur dengan kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan adalah konsep yang lebih menyeluruh yang mencakup penyediaan kualitas atau layanan yang sangat baik dengan biaya yang dibayarkan pelanggan, sehingga menghasilkan kesan nilai uang yang baik. Hubungan pelanggan dengan suatu merek diperkuat, tingkat kesenangan mereka meningkat, dan loyalitas didorong ketika mereka merasakan nilai yang besar (Eva Sundari, 2013).

Kualitas layanan yang unggul sangat penting untuk keberhasilan pasar karena menunjukkan efektivitas dan kepuasan klien. Kualitas layanan merupakan strategi bisnis yang penting karena berfungsi sebagai dasar keberhasilan dan kelangsungan hidup organisasi bisnis, terutama dalam konteks yang sangat kompetitif (Tjiptono, 2015).

Menurut (Kusumaningrum, 2022), kepuasan pelanggan terkadang digambarkan sebagai sentimen kepuasan atau ketidakpuasan seseorang setelah membandingkan kinerja aktual dan proyeksi suatu produk. Ketika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan menjadi tidak senang. Pelanggan senang atau puas ketika kinerja sesuai dengan harapan.

Retensi pelanggan merupakan ukuran penting dari kebahagiaan pelanggan, menurut (Armstrong, 2023). Indikator kepuasan pelanggan meliputi: a) Ekspektasi, yang digunakan untuk mengukur kualitas barang dan jasa yang diberikan dan didasarkan pada janji dan harapan. b) Kinerja, yaitu layanan dan kinerja yang memuaskan pelanggan.

Membandingkan keuntungan yang dirasakan dan yang diprediksi mengarah pada kepuasan pelanggan. Dimensi dan indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut, menurut (Armstrong, 2023) : 1) Kepuasan (dalam arti merasa puas dengan barang dan jasa), yang merupakan cara pelanggan mengungkapkan seberapa senang atau tidak senangnya mereka dengan barang dan jasa berkualitas tinggi perusahaan. 2) Pembelian produk yang konsisten, yang menunjukkan bahwa jika kebutuhan konsumen terpenuhi, mereka akan terus menggunakan dan membeli produk tersebut. 3) Akan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang berarti konsumen yang puas akan menyebarkan informasi tentang produk tersebut dan mungkin mendatangkan klien baru untuk bisnis. 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah pembelian, yang mengacu pada kualitas produk atau layanan yang memenuhi harapan pelanggan setelah pembelian.

Suatu bisnis atau organisasi yang bertindak sebagai perantara dengan wewenang dan kekuasaan sebuah badan usaha dikenal sebagai agen. Agen pengiriman disebut sebagai agen pelayaran. Agen-agen ini dapat ditemukan di semua pelabuhan, baik domestik maupun internasional, seperti yang tersirat dalam namanya. Dengan kata lain, agen pengiriman mengelola dan mengatur segala sesuatu atas nama pemilik kapal atau penyewa kapal. Tidak masuk akal jika kapal menangani semuanya sendiri. Setiap kapal perlu menyiapkan sejumlah dokumen sebelum berlabuh di pelabuhan. Hal ini berdampak pada waktu sandar karena prosesnya panjang dan memakan waktu. Selain itu, jika Anda harus mencari gudang sendiri, operasi bongkar muat dapat menjadi sangat sulit dan memakan waktu. Akibatnya, suatu bisnis membutuhkan agen pengiriman.

PT. Tirta Permai Bahari Medan, yang didirikan pada tahun 2019 berdasarkan perjanjian izin usaha keagenan kapal dari Kementerian Perhubungan Maritim, SIUPKK (Izin Usaha Perusahaan Keagenan Kapal) No. AL.310/140/DA-2019, adalah perusahaan pelayaran yang berbasis di Dumai, Dumai. Usaha ini didirikan sebagai respons terhadap sejumlah keterbatasan dan kebutuhan akan jasa keagenan kapal di seluruh Indonesia, khususnya operasional armada yang dimiliki dan digunakan oleh asosiasi bisnis untuk meningkatkan layanan.



Pertanyaan penelitiannya adalah: Sejauh mana kepuasan konsumen terhadap jasa keagenan kapal di PT. Tirta Permai Bahari Medan bergantung pada kualitas layanan? "Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap jasa keagenan kapal di PT. Tirta Permai Bahari Medan?" adalah tujuan penelitian ini, dengan topik penelitian adalah manajemen pemasaran. Peneliti memilih judul "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen terhadap Jasa Keagenan Kapal di PT. Tirta Permai Bahari Medan" dengan mengacu pada operasional usaha keagenan kapal ini.

Dari roadmap penelitian tersebut dapat dilihat bahwa fokus kajian penelitian adalah menganalisis mengenai kajian sumber daya yang memiliki pengaruh dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kajian sumber daya adalah studi tentang bagaimana perusahaan mengelola sumber dayanya untuk mencapai tujuannya. Sumber daya perusahaan dapat berupa sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan sumber daya informasi. Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan. Dibandingkan dengan penelitian lain yang telah ada, *State Of The Art* penelitian yang diusulkan ini adalah memfokuskan pada beberapa variabel independent saja dari bauran pemasaran yakni apakah Adanya dampak positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan lebih spesifik pengaruhnya terhadap variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dengan responden secara langsung (Hasan, 2014). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menekankan pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data statistik seperti Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas, dan sebagainya (Indriantoro & Supomo, 2014). Dari roadmap penelitian bahwa fokus kajian penelitian kajian sumber daya yang memiliki pengaruh dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan adalah studi tentang bagaimana konsumen menilai Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen untuk melakukan pembelian dari suatu produk atau jasa. Adapun roadmap penelitian yang memfokuskan pada kajian sumber daya ini sesuai dengan tema penelitian yang ada di Prodi Manajemen Universitas Quality.

Untuk mencegah penyimpangan dalam diskusi dan analisis masalah penelitian yang sedang diselidiki, definisi operasional dibuat. Variabel adalah segala sesuatu dalam bentuk apa pun yang diputuskan peneliti untuk dipelajari guna mengumpulkan data dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Variabel dependen (variabel terikat) di PT. Tirta Permai Bahari Medan yang diukur dengan Skala Likert adalah Kepuasan Konsumen terhadap Layanan Kapal (Y), sedangkan variabel independen (variabel bebas) adalah Kualitas Pelayanan (X). Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) Indikator variabel independen (variabel bebas), yaitu Kualitas Pelayanan (X1) yaitu : Reliabilitas (Reliability) , Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty), Bukti Fisik (Tangible). Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016). Indikator Variabel dependent (variabel terikat), yaitu Kepuasan Konsumen (Y) yaitu: 1. Pembelian Berulang: Ketika pelanggan kembali ke suatu bisnis untuk mencari produk atau layanan, mereka melakukan pembelian lagi. 2. Menciptakan Promosi dari Mulut ke Mulut: Dalam skenario ini, pelanggan akan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. 3. Mengembangkan citra merek, yang berarti konsumen akan kurang tertarik pada merek produk dan iklan



pesaing. 4. Membuat keputusan tentang pembelian di bisnis yang sama, seperti membeli barang tambahan dari bisnis yang sama.

Populasi adalah kategori untuk generalisasi yang terdiri dari item atau subjek dengan atribut spesifik yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi berjumlah 50 orang adalah Konsumen yang puas dengan pembelian mereka di PT. Tirta Permai Bahari Medan merupakan populasi penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Jl. Taman Polonia I No. 9, Suka Damai, Kecamatan Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara 20212. Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap representatif dari total populasi. Metode pengambilan sampel Non Probabilitas, yang menentukan sampel dengan pertimbangan spesifik, digunakan dalam pengambilan sampel. Sugiyono mendefinisikan sampel sebagai bagian dari ukuran dan atribut populasi (Sugiyono, 2017). Jumlah sampel sama dengan jumlah populasi, sampel pelanggan yang telah melakukan pembelian dan menyatakan kepuasan akan digunakan dalam penelitian ini.

Penulis melakukan riset lapangan, menulis secara langsung dengan meninjau lapangan atau objek penelitian untuk memperoleh data primer yang digunakan dalam analisis dan diskusi lebih lanjut melalui tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner, agar tulisan ini dapat memberikan gambaran tentang hakikat kebenaran penelitian ilmiah dan ditulis secara sistematis. Observasi adalah Kegiatan mengamati secara langsung suatu fenomena, objek, atau peristiwa untuk memperoleh data dan pemahaman tanpa berinteraksi langsung atau bertanya kepada subjek. Wawancara adalah Metode tanya jawab lisan antara peneliti dan responden (narasumber) untuk menggali informasi secara mendalam. Dan Kuisisioner adalah Instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

Analisis deskriptif kuantitatif, yang menawarkan gambaran umum atau deskripsi data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), varians, deviasi standar, maksimum, dan minimum, adalah alat analisis yang digunakan (Ghozali, 2016). Analisis yang menggunakan perhitungan statistik disebut analisis statistik. (Ghozali, 2016) menyatakan bahwa perhitungan numerik dilakukan untuk mengevaluasi suatu hipotesis.

Pengujian instrumen penelitian, khususnya: Validitas kuesioner dinilai menggunakan uji validitas. Ketika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama menggunakan alat ukur yang sama, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah data yang akan digunakan dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi (hubungan yang kuat) antara variabel independen. Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan apakah varians residual dari observasi yang berbeda dalam model regresi tidak sama. Tujuan analisis regresi linier sederhana adalah untuk memprediksi bagaimana variabel independen yang bertindak sebagai faktor prediktor akan memengaruhi kondisi variabel dependen (naik dan turun). Uji t digunakan untuk memastikan apakah variabel independen (X) memiliki dampak individual (parsial) pada variabel dependen (Y). Uji t digunakan untuk memastikan apakah variabel independen (X) memiliki dampak individual (parsial) pada variabel dependen (Y). Pada dasarnya, koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel dependen (dependen) dapat dijelaskan oleh model.

Suatu jenis analisis yang dikenal sebagai analisis data kuantitatif menggunakan angka dan perhitungan dengan teknik statistik tertentu. Untuk mempermudah analisis dengan program SPSS, data kuantitatif harus dikategorikan menggunakan tabel tertentu. Perumusan masalah penelitian biasanya diorganisasikan sebagai kalimat pertanyaan karena hipotesis merupakan solusi sementara terhadap perumusan masalah (Sugiyono, 2017).



Hipotesis sementara dapat dinyatakan sebagai berikut berdasarkan kerangka konseptual yang telah dijelaskan sebelumnya: Hipotesis 1, H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan. H_1 : Terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan. Hipotesis 2, H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Dimensi variabel Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan. H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Dimensi variabel Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini akan membahas Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan yang bergerak dalam bidang jasa perkapalan di Indonesia merupakan salah satu perusahaan keagenan jasa perkapalan yang telah beroperasi lebih dari Tujuh Tahun. Salah satu proses kerja yang penting di bagian operasional PT. Tirta Permai Bahari, khususnya pada bidang agency kapal, adalah proses pembelian bahan baku atau kebutuhan operasional kapal. Proses ini dilakukan untuk memastikan seluruh kebutuhan kapal yang akan sandar maupun beroperasi dapat terpenuhi dengan baik sehingga kegiatan pelayaran berjalan lancar tanpa hambatan. Proses produksi dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan pelayanan operasional yang dilakukan untuk mendukung kelancaran kedatangan, sandar, dan keberangkatan kapal. Proses ini melibatkan berbagai pihak, mulai dari agen kapal, pihak pelabuhan, instansi pemerintah terkait, hingga pemilik kapal. Agar proses produksi atau pelayanan operasional berjalan lebih efektif, diperlukan rancangan solusi yang mampu mengatasi berbagai kendala yang sering muncul di lapangan.

Penilaian kualitas layanan dilakukan pada saat layanan publik diberikan, dan merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan barang, jasa, orang, proses, dan lingkungan. Pelanggan dan pengguna layanan harus memiliki opini yang baik terhadap layanan jika layanan tersebut berorientasi pada pelanggan. Perusahaan dan penyedia layanan internal harus mampu melakukan pekerjaan masing-masing sesuai dengan tugas dan fungsi utama mereka untuk mencapai layanan yang prima atau menerima peringkat yang baik dari pengguna layanan (Amstrong, 2023). Menurut (Lupiyoadi, Rambat, & A.Hamdani, 2019) Terdapat beberapa indikator kualitas layanan yaitu : Berwujud (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Keandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ketanggapan (responsiveness) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan dan Kepastian (assurance) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Empati (emphaty) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut (Amstrong, 2023) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk yang disiapkan atau hasil dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan pembeli dengan produk yang konsekuensi perbandingan yang dibuat pembeli antara tingkat manfaat yang dirasakan telah diterima setelah mengonsumsi atau menggunakan produk dantingkat manfaat yang diharapkan sebelum pembelian. Indikator dari Kepuasan konsumen yaitu: 1. Re-purchase, yaitu membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa. 2. Menciptakan Word of

Mouth, yaitu dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. 3. Menciptakan Citra Merek, yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing. 4. Menciptakan Keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

1. Uji Validitas

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung (N-2=48)	r-tabel (N-2=48)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KP)				
Reliabilitas (Reliability)	KP1	0,558	0,2728	Valid
Daya Tanggap (Responsivness),	KP2	0,557	0,2728	Valid
Jaminan (Assurance),	KP3	0,453	0,2728	Valid
Empati (Emphaty),	KP4	0,495	0,2728	Valid
Bukti Fisik (Tangible)	KP5	0,513	0,2728	Valid
Kepuasan Konsumen (KK)				
Re-purchase	KK1	0,780	0,2728	Valid
Menciptakan Word of Mouth	KK2	0,751	0,2728	Valid
Menciptakan Citra Merek	KK3	0,741	0,2728	Valid
Menciptakan Keputusan Pembelian	KK4	0,700	0,2728	Valid

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 2. Hasil Uji Validitas diperoleh $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ [Tabel Product moment dengan signifikan 0,05, untuk degree of freedom (df) = $n-k$ (50-2)] dari seluruh koefisien korelasi seluruh indikator sehingga dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (N=50)	Batas Minimum	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,733	0,6	Reliabel
2.	Kepuasan Konsumen	0,726	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2026

Berdasarkan tabel uji reliabilitas seperti pada Tabel 3. Diperoleh nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen nilainya lebih besar dari $> 0,6$, Maka semua pertanyaan di setiap variabel penelitian adalah reliabel.

3. Analisis Deskriptif (rata-rata) pada Variabel Penelitian.

Analisis deskriptif rata-rata, menurut (Sugiyono, 2017), adalah nilai rata-rata yang muncul dari penelitian terhadap variabel penelitian dan merupakan total dari semua temuan penelitian dikalikan dengan jumlah studi. Nilai rata-rata yang dipandu oleh batasan berikut dapat digunakan untuk menginterpretasikan variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan: Intervalnya sama dengan $(5-1) / 5 = 0,80$ karena skor persepsi terendah adalah 1 dan tertinggi adalah 5. Jadi batas persepsinya adalah: $1,00 - 1,80 = \text{Sangat Tidak Setuju}$, $1,81 - 2,60 = \text{Tidak Setuju}$, $2,61 - 3,40 = \text{Cukup Setuju}$, $3,41 - 4,20 = \text{Setuju}$, $4,21 - 5,00 = \text{Sangat Setuju}$.

Tabel 3.
Analisis Dimensi Kualitas Pelayan dan Kepuasan Konsumen

No.	Item Dimensi	Mean	Kategori
Dimensi Kualitas Pelayanan (KP)			
1	Reliabilitas (Reliability)	3,46	Setuju
2	Daya Tanggap (Responsivness),	3,80	Setuju
3	Jaminan (Assurance),	3,68	Setuju
4	Empati (Emphaty),	4,08	Setuju
5	Bukti Fisik (Tangible)	3,68	Setuju
Rata – Rata		3,81	Setuju
Dimensi Kepuasan Konsumen (KK)			
1	Re-purchase	3,74	Setuju
2	Menciptakan Word of Mouth	4,02	Setuju
3	Menciptakan Citra Merek	3,66	Setuju
4	Menciptakan Keputusan Pembelian	4,12	Setuju
Rata – Rata		3,89	Setuju

Sumber: Data diolah Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4. Menunjukkan rata-rata penilaian yang dilakukan oleh responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,81, dan Variabel Kepuasan Konsumen sebesar 3,89, keseluruhan variabel berada pada interval 3,41 - 4,20 didalam kriteria setuju. Penilaian tertinggi pada item Dimensi Kepuasan Konsumen yaitu Menciptakan Keputusan pembelian dengan nilai rata-rata 4,12 termasuk kriteria setuju, sedangkan penilaian terendah pada item Dimensi Kualitas Pelayanan yaitu Reliabilitas dengan nilai rata-rata 3,81 termasuk kriteria setuju. Para konsumen memberikan penilaian terendah, karena Kualitas Pelayanan yang kurang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau tidak relevan dapat mengurangi Kepuasan Konsumen.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.
Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	7.809	1.449			5.389	.000	
TOTAL_KUALITAS_PELAYANAN	.420	.078	.616	5.412	.000		1.000

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah Tahun 2026

Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, persamaan regresi linier sederhana berikut dapat dibuat: $Y = 7,809 + 0,420X$. Variabel dependen Y memiliki nilai 7,809 jika tidak ada perubahan pada variabel independen (nilai $X = 0$), seperti yang ditunjukkan oleh nilai konstanta 7,809. Karena variabel X (kualitas layanan) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,420, peningkatan satu nilai dalam kualitas layanan akan menghasilkan peningkatan 0,420 dalam kepuasan konsumen.

5. Uji F

Tabel 5.
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	Regression	85.798	1	85.798	29.286	.000 ^b
	Residual	140.622	48	2.930		
	Total	226.420	49			

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), TOTAL KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2026

Hasil uji F apabila nilai Sig < 0,05 dan F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel x terhadap y. Dimana F tabel = F (k ; n-k) sehingga F (2 ; 50-2) atau F(2 ; 48), jadi F tabel sebesar 3,19. Pada Tabel 6. diperoleh F hitung sebesar 29,286 dan sig F sebesar 0,000. Karena sig F 0,000 < 0,05, dan F hitung 29,286 > F tabel 3,19 maka Ho ditolak dan Ha diterima atau disimpulkan bahwa ada pengaruh secara Bersama-sama (simultan) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

6. Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Tabel 6.
Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R²) adalah R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.616 ^a	.379	.366	1.712

a. Predictors: (Constant), TOTAL KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2026

Untuk secara simultan memastikan besarnya pengaruh masing-masing variabel (X) terhadap variabel independen (Y), digunakan koefisien determinasi berganda. Tabel 7 menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda = 0,379, faktor-faktor independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen sebesar 37,9%, sisanya 62,1% dipengaruhi oleh variabel tambahan yang tidak termasuk dalam model penelitian. Produk, proses, dan faktor-faktor lainnya adalah contoh variabel tambahan.

7. Uji t

Menurut hasil uji t, variabel x memiliki dampak pada y jika nilai sig kurang dari 0,05 dan nilai t yang dihitung lebih besar dari t tabel (t tabel = $\alpha/2$; n-k-1, t tabel = 0,025; 47, t tabel = 2,01174). Menurut (Ghazali, 2016), uji t digunakan untuk membandingkan nilai sig t dengan tingkat signifikansi 5% untuk menentukan pentingnya hubungan antara

variabel X dan Y dan apakah variabel X (Kualitas Layanan) benar-benar memengaruhi variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara terpisah atau sebagian.

Tabel 5 memberikan penjelasan hasil uji t. Variabel Kualitas Layanan memiliki dampak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tirta Permai Bahari Medan, sebagaimana ditunjukkan oleh uji koefisien regresi dengan nilai sig t sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung sebesar $5,389 >$ nilai t tabel sebesar 2,01174, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil uji F, "Terdapat pengaruh gabungan yang kuat dari kualitas layanan terhadap kebahagiaan pelanggan." Berdasarkan hasil uji t, "Terdapat pengaruh yang kuat dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan."

8. Uji Asumsi Klasik.

Pengujian asumsi klasik dari analisis regresi sederhana ini diantaranya adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedistitas, dan uji normalitas.

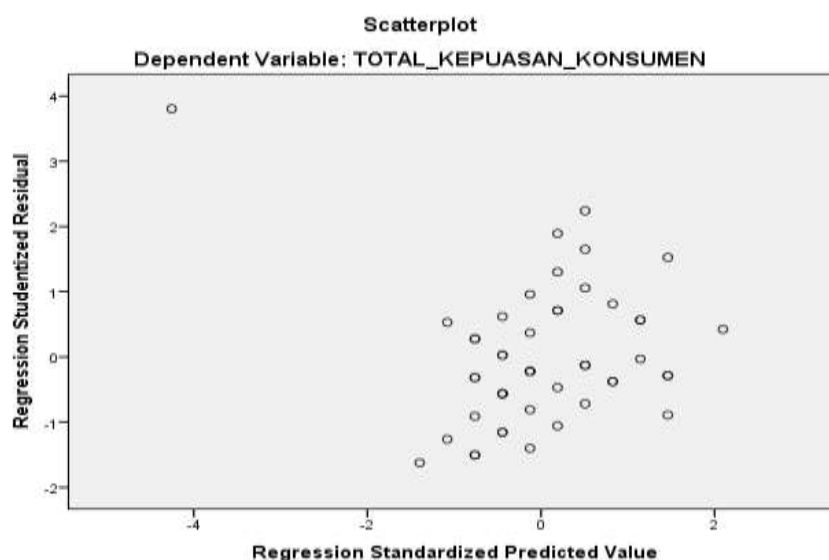
Tabel 7.
Uji Multikolinieritas

No.	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	1,000	1,000	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2026

Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10" (Ghozali, 2016). Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian diketahui model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

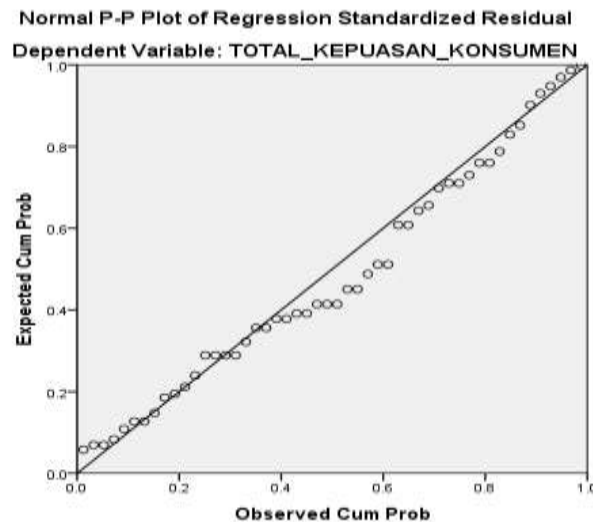


Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 3. diatas dapat terlihat bahwa data residual yang ada pada model regresi menyebar baik di atas maupun dibawah titik 0 pada sumbu Y dan tidak

membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Dari Gambar 4. Grafik diatas dapat diketahui bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data distribusi normal.

Pembahasan hasil penelitian menemukan bahwa secara Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Sugiyono, 2017). Oleh sebab itu perlu bagi PT. Tirta Permai Bahari meningkatkan strategi pemenuhan kepuasan konsumen atau marketing mix pada setiap dimensi dalam setiap variabel yang diantaranya:

1. Kualitas Pelayanan

Dari hasil penelitian regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada Tabel 5. menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal tersebut dapat disebabkan karena bagi konsumen indikator Kualitas Pelayanan seperti Reliabilitas (Reliability) , Daya Tanggap (Responsivness), Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty), Bukti Fisik (Tangible) sangat penting diperlukan, karena bagi konsumen yang terpenting adalah Kualitas Pelayanan ini harus baik pada saat dibutuhkan, sehingga mereka lebih cepat dalam menentukan pilihan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa dari satu variabel independent Kualitas Pelayanan yang variabel tersebut signifikan. Hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 29,286 dan sig F sebesar 0,000. Karena sig F $0,000 < 0,05$, dan F hitung $29,286 > F$ tabel 3,19 maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap



Kepuasan Konsumen Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya oleh (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

Hasil uji t sendiri dapat dilihat di Tabel 5. dan dijelaskan melalui Pengujian terhadap koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai sig t = 0,000 berarti ($0,000 < 0,05$) dan t hitung $5,389 > t$ tabel 2,01174 menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan.

Berdasarkan hasil uji F memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan secara Bersama sama Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”. Sedangkan dari hasil uji t memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kapal Pada PT. Tirta Permai Bahari Medan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada Kualitas Pelayanan yang perlu diperhatikan adalah Reliabilitas (Reliability) dimana PT. Tirta Permai Bahari Medan perlu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya sehingga Kepuasan Konsumen tercipta.
2. Pada Kualitas Pelayanan yang menjadi perhatian juga yakni Jaminan dan Kepastian (Assurance) yang diberikan PT. Tirta Permai Bahari Medan perlu mengatur melalui kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan sehingga sangat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G. (2023). *Marketing : an introduction*. Pearson.
- Eva Sundari, & I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2014). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriantoro, & Supomo. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Insani, N., & Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 112-122. <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.300>
- Irvan Ardiansyah, d. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Indo Cell Kudus. *Solusi : Jurnal Kajian Dan Bisnis*, 18(2), 84-95.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumaningrum, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan dan Dimoderasi oleh Variety Seekin. *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Lupiyoadi, Rambat, & A.Hamdani. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.



-
- Santoso, B. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Percetakan Indigo Digital Printing Semarang)* (Skripsi Sarjana, Universitas Semarang). Universitas Semarang. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2019/B.141.19.0016/B.141.19.0016-15-File-Komplit-20210826111213.pdf>
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. (2019). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.