

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN KAPAL PENUMPANG PELINDO
REGIONAL 4 CABANG MAKASSAR**

SKRIPSI



RIFALDI
105721102119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN KAPAL PENUMPANG PELINDO
REGIONAL 4 CABANG MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

**RIFALDI
105721102119**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

(Jika terlambat, itu lebih baik dari pada tidak sama sekali)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta Karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Alhamdulillahirabbil 'alamin.

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku.

PESAN DAN KESAN

PESAN: Tuntaskan apapun yang kamu mulai.

KESAN: Punya kelas di lantai atas itu rasanya mantap, karena naik tangga kalau lift mati.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional
4 Cabang Makassar

Nama : Rifaldi

No.Stambuk/Nim : 105721102119

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia
penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 29 Juni 2024 di Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, 29 Juni 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

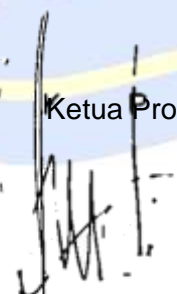

Dr. Muhammad Yusuf, S.Sos., M.M
NIDN: 0003106713


Ismail Rasulong, S.E., M.M
NIDN: 0905107302

Mengetahui,

Ketua Program Studi


Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651507


Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Rifaldi Nim : 105721102119 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0009/SK-Y/61201/091004/ 2024, Tanggal 23 Dzulhijjah 1445 H/29 Juni 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 Dzulhijjah 1445 H
29 Juni 2024 M.

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Muhammad Yusuf, S.sos., M.M
2. Sri Andayaningsih, S.M., M.M
3. Dr. M. Alfian Rendra Anggoro KR. S.E., M.M
4. Drs. H. A. Muhidding Daweng, M.M

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifaldi
Stambuk : 105721102119
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo
Regional 4 Cabang Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 29 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,

Rifaldi
NIM: 105721102119

Diketahui Oleh:

Dekan
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM:651507

Ketua Program Studi
Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151132

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifaldi
NIM : 105721102119
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 29 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Rifaldi
NIM: 105721102119

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar” dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, bapak Achmad Rabo dan Ibu Ramlah yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus, serta kepada bapak Syarifuddin selaku paman penulis yang juga berkontribusi besar dan penting dalam memberikan dukungan finansial terkait pendidikan penulis. Tak lupa pula kepada para saudara penulis yang tercinta, senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini serta seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan dan dukungan baik materi maupun moral, terutama doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. Muhiddin Daweng, M.M, selaku Dosen Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan saran dan persetujuannya dalam pengurusan berkas dari awal perkuliahan hingga tahap skripsi ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Yusuf, S.Sos., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Ismail Rasulong, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga ujian skripsi.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah dan banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama serta tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

10. Terima kasih teruntuk semua kerabat penulis yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 29 juni 2024

Penulis

ABSTRAK

RIFALDI. 2024. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Muhammad Yusuf dan Ismail Rasulong.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar sebanyak 27.978 orang dengan jumlah sampel sebanyak 239 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik acak sederhana. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang berfokus pada variabel-variabel serta hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya menggunakan instrumen penelitian serta teknik analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji instrumen, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Penumpang



ABSTRACT

RIFALDI. 2024. *The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Passenger Ship Pelindo Regional 4 Makassar Branch. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Muhammad Yusuf dan Ismail Rasulong.*

The aim of this research is to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction of Pelindo Regional 4 Passenger Ships, Makassar Branch. The population in this study was all passengers Pelindo Regional 4 Makassar Branch, totaling 27,978 people with a sample size of 239 people, the sampling technique used a simple random technique. The type of research used is quantitative with data collection methods that focus on variables and the relationship between one variable and another using research instruments and the data analysis techniques used are statistical with the aim of testing the established hypothesis. The data analysis methods used are descriptive analysis, instrument testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the research show that service quality has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction of Pelindo Regional 4 Passenger Ships, Makassar Branch. Price has a positive and significant effect on customer satisfaction for Pelindo Regional 4 Passenger Ships, Makassar Branch.

Keywords: Service Quality, Price, Passenger Satisfact



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PEMBAHASAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori.....	8
1 Pemasaran	8
2 Kualitas pelayanan.....	9

3	Harga.....	15
4	Kepuasan Pelanggan.....	18
B.	Tinjauan Empiris.....	19
C.	Kerangka Pikir.....	23
D.	Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
A.	Jenis Penelitian.....	27
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C.	Jenis dan Sumber Data.....	27
D.	Populasi dan Sampel.....	28
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
F.	Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
G.	Metode Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B.	Penyajian Data (Hasil Penelitian).....	46
C.	Analisis dan Interpretasi (Pembahasan).....	51
BAB V PENUTUP		64
A.	KESIMPULAN.....	64
B.	SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pelayaran Niaga Kapal Penumpang Dalam Negeri Cabang Makassar Tambat Desember 2022	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Ketentuan Skala Pengukuran Variabel	33
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Ditribusi Responden Menurut Usia.....	47
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan.....	47
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Distribusi Frekuwensi dan Jawaban.....	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi dan Jawaban	50
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi dan Jawaban	51
Tabel 4.8 Uji Validitas	52
Tabel 4.9 Uji Realibilitas.....	53
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.12 Uji Multikolienaritas	58
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58

Tabel 4.14 Uji Adjusted R2	60
Tabel 4.15 Uji Statistik F	61
Tabel 4.16 Uji Statistik T	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	25
Gambar 3.1 Arus Penumpang Tahun 2023	29
Gambar 4.1 Pengabungan Pelindo	43
Gambar 4.2 Struktur Grup Perusahaan Pelindo	45
Gambar 4.3 Uji Histogram	55
Gambar 4.4 Uji P-Plot.....	55
Gambar 4.5 Scatterplot.....	57



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan pelabuhan sangatlah penting dalam perekonomian Indonesia sebagai negara kepulauan dalam menunjang mobilitas manusia dan barang. Pelabuhan merupakan sebuah rantai dalam proses perdagangan dunia, baik itu perdagangan antar pulau hingga internasional sehingga pelabuhan menjadi vital dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara termasuk Indonesia sebagai negara maritim. Pelabuhan sendiri merupakan daratan dan perairan sebagai tempat kapal berlabu yang menyediakan layanan yang diberikan meliputi layanan kapal, layanan kargo komoditas, layanan terminal penumpang, layanan peralatan, layanan kontainer umum, layanan darat/air, konstruksi dan listrik, berbagai layanan bisnis dan layanan lainnya yang bersangkutan.

Pelabuhan bukan sekedar digunakan untuk pengangkutan atau transportasi barang saja, tetapi juga digunakan dan bermanfaat bagi manusia sebagai penumpang kapal. Tentunya manusia sebagai penumpang kapal dapat merasakan manfaat dengan adanya pelabuhan namun kepuasan yang diterima atau didapatkan oleh mereka mungkin belum tentu maksimal.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya dalam hal kualitas pelayanan dan juga harga. Menurut Lupiyoadi (dalam Sarboni et al., 2022) kualitas pelayanan adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima. Menurut Tjiptono (dalam Maulana, 2020)

mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagusnya pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan telah menjadi salah satu faktor dominan terhadap keberhasilan salah satu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi pesaing antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian sosial budaya masyarakat.

Menurut Majid (dalam Akbar & Tamara, 2022) kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan penumpang kapal adalah sebuah perasaan yang muncul setelah membandingkan kualitas dan harapan sehingga menjadi penumpang tetap untuk waktu yang lama serta merekomendasikan kepada orang lain.

Menurut Hasan (dalam Mudfarikah & Dwijayanti, 2021) pengertian harga meliputi semua biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan, sejumlah barang yang memiliki nilai dan manfaatnya. Harga menurut Tjiptono (dalam Bansaleng et al., 2021) merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan (Ariyanti et al., 2022).

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Sedangkan harga menjadi komponen dalam berbagai unsur bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba bagi pelaku usaha. Kualitas layanan dibutuhkan bagi sebuah perusahaan

karena jika sebuah perusahaan kurang maksimal pelayanannya dan kurang sesuai dengan ekspektasi konsumen maka dapat menyebabkan ketidaktertarikan lagi pada perusahaan, sebaliknya jika pelayanannya maksimal dan sesuai harapan mereka maka konsumen akan melakukan pembelian kembali.

PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang industri jasa kepelabuhanan dan menyiapkan sarana dan prasarana pelabuhan untuk mendukung kelancaran kegiatan perdagangan dan jasa. Pelindo dan Pelni merupakan Usaha Pelabuhan yang berbeda, dimana Pelindo dimiliki pemerintah melalui BUMN sedangkan Pelni dimiliki pemerintah melalui Kementerian Perhubungan. Pelindo mulai efektif beroperasi pada 1 Desember 1992 dan sekarang memiliki 4 Regional dengan banyak cabang di berbagai daerah Indonesia, salah satunya adalah cabang Makassar yang masuk ke dalam Regional 4.

Tabel 1.1 Pelayaran Niaga Kapal Penumpang Dalam Negeri Cabang Makassar Tambat Desember 2022

No.	No. Nota	Nama Kapal	Bendera	Jumlah Pendapatan
1	6100	KM WILIS	INA	157,200.00
2	6100	KM WILIS	INA	157,200.00
3	6241	KM WILIS	INA	78,600.00
4	6296	KM WILIS	INA	157,200.00
5	6446	KM WILIS	INA	78,600.00
6	6555	KM WILIS	INA	78,600.00
7	6551	KM WILIS	INA	62,910.00
8	6516	KM JETLINER	INA	707,400.00
9	6078	KM LEUSER	INA	958,230.00

10	6150	KM TILONGKABILA	INA	566.190,00
11	6272	KM BINAIYA	INA	361.320,00
12	6239	KM LEUSER	INA	180.660,00
13	6237	KM BINAIYA	INA	180.660,00
14	6391	KM TILONGKABILA	INA	180.660,00
15	6489	KM BINAIYA	INA	180.660,00
16	6295	KM TILONGKABILA	INA	180.660,00
17	6344	KM TILONGKABILA	INA	180.660,00
18	6516	KM JETLINER	INA	180.660,00
19	6530	KM TILONGKABILA	INA	180.660,00
20	6582	KM BINAIYA	INA	273.780,00
21	6600	KM LEUSER	INA	180.660,00
22	6233	KM TIDAR	INA	435.030,00
23	6233	KM TIDAR	INA	1.305.090,00
24	6139	KM DOROLONDA	INA	440.550,00
25	6176	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	878.940,00
26	6171	KM CIREMAI	INA	432.090,00
27	6249	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	439.470,00
28	6231	KM DOBONSOLO	INA	432.090,00
29	6163	KM NGGAPULU	INA	440.550,00
30	6093	KM LAMBELU	INA	439.470,00
31	6200	KM UMSINI	INA	435.030,00
32	6212	KM GUNUNG DEMPO	INA	420.510,00
33	6228	KM NGGAPULU	INA	440.550,00
34	6206	KM LAMBELU	INA	439.470,00
35	6247	KM UMSINI	INA	435.030,00
36	6324	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	439.470,00
37	6352	KM DOBONSOLO	INA	432.090,00
38	6361	KM DOROLONDA	INA	440.550,00
39	6222	KM SINABUNG	INA	439.950,00
40	6245	KM SINABUNG	INA	439.950,00
41	6290	KM GUNUNG DEMPO	INA	420.510,00
42	6287	KM LAMBELU	INA	439.470,00
43	6447	KM UMSINI	INA	870.060,00
44	6400	KM NGGAPULU	INA	440.550,00

45	6432	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	439.470,00
46	6493	KM SINABUNG	INA	439.950,00
47	6509	KM DOROLONDA	INA	440.550,00
48	6440	KM GUNUNG DEMPO	INA	420.510,00
49	6494	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	878.940,00
50	6368	KM CIREMAI	INA	432.090,00
51	6469	KM NGGAPULU	INA	440.550,00
52	6379	KM LAMBELU	INA	439.470,00
53	6529	KM DOBONSOLO	INA	432.090,00
54	6428	KM CIREMAI	INA	864.180,00
55	6460	KM LAMBELU	INA	439.470,00
56	6546	KM GUNUNG DEMPO	INA	420.510,00
57	6568	KM SINABUNG	INA	439.950,00
58	6520	KM UMSINI	INA	435.030,00
59	6578	KM BUKIT SIGUNTANG	INA	878.940,00
60	6503	KM TIDAR	INA	1.305.090,00
61	6531	KM LAMBELU	INA	439.470,00
62	6602	KM LAMBELU	INA	878.940,00

Sumber: (PT. Pelabuhan Indonesia Regional 4 Cabang Makassar, 2022)

PT. Pelabuhan Indonesia bertujuan dan berperan sebagai pelaksana dan pendukung kebijakan pemerintah khususnya di bidang ekonomi dan pembangunan melalui jasa kepelabuhanan, serta bertujuan untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan dalam bentuk penyelenggaraan usaha kepelabuhanan dan jasa serta mendukung usaha lain yang meningkatkan pelayanan dan jasa kepelabuhanan. Departemen pelayanan yang bergerak dalam industri jasa di bidang kepelabuhanan adalah Divisi Pelayanan Kapal.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis terhadap objek yang akan diteliti, penulis menemukan adanya kesenjangan antara kualitas layanan dengan kepuasan penumpang kapal Pelindo Regional 4 Cabang Makassar, begitu pula dengan harga yang harus dibayarkan oleh penumpang dengan

kepuasan yang diterima masih tidak sesuai dengan harapan mereka. Secara general sudah cukup baik, namun sering kali masih ditemui keluhan-keluhan dari beberapa penumpang kapal dalam hal pelayanan yang mereka terima tidak sebanding dengan harga yang telah mereka bayarkan.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka penelitian ini diberikan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar.

D. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat penelitian yang dapat dipetik dari pelaksanaan penelitian tersebut antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi bagi pembaca, serta menjadi *research* atau penelitian terbaru dalam pengetahuan manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dalam manajemen pemasaran dan pengelolaan yang lebih efektif dan efisien untuk agar diterapkan sesuai keadaan perusahaannya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka miliki. Pemasaran ini mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau bisnis lain. Dengan melakukan promosi, mereka akan membidik orang-orang yang setuju dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebritas, selebritas atau siapapun yang punya popularitas untuk mendongkrak produk (Web Ekonomi Universitas Bung Hatta, 2020).

Tidak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik dalam iklan sehingga banyak orang yang tertarik. Selain itu, pemasaran juga sangat bermanfaat bagi konsumen. Ini akan memudahkan mereka menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ketika pemasaran sesuai dengan tujuan maka bisnis akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan dapat diperoleh.

Menurut Philip Kotler, definisi pemasaran ada dua, yaitu definisi sosial dan manajerial. Definisi sosial (pemasaran) adalah sebagai proses sosial dan manajerial didalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain (Web LSP Digital Marketing, 2023).

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan perkembangan dan perluasan perusahaan. Pemasaran posisinya berada antara produsen dan konsumen, artinya pemasaran merupakan alat penghubung antara produsen dan konsumen (Santoso et al., 2023).

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik apabila dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan cita-cita pelanggan. Kualitas produk dan kinerja pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan. Dimana diperoleh dengan cara membandingkan suatu jenis pelayanan dengan pelayanan lain yang homogen. dengan demikian, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A dan B.

Kualitas pelayanan dikatakan baik jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, sedangkan jika melebihi apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka pelayanan tersebut dapat dikatakan sangat memuaskan. Namun terkadang ada layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk apabila perusahaan merasa tidak mampu memenuhi

aspirasi konsumen, baik melalui produk maupun pelayanan perusahaan.

Pengertian Kualitas Pelayanan menurut para ahli, Kualitas layanan telah menjadi perhatian para pakar pencarian perusahaan. Dari sinilah timbul definisi atau pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli. diantaranya berarti sebagai berikut (BAKRI Universitas Medan Area, 2022):

1) Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono

Kualitas layanan adalah keadaan kemajuan yang terkait erat dengan produk, layanan, dan sumber daya manusia. serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melampaui kualitas layanan yang dibutuhkan.

2) Kualitas layanan menurut dosen dari School of Business, Monash University Malaysia

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan yang datang dengan aspirasi konsumen dan ketepatan cara penyampaian sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

3) Kualitas layanan menurut Wyckoff

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu, juga terkait dengan penggunaan langkah-langkah kontrol tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. menurut Wyckoff, kualitas layanan tidak hanya dilihat dari sudut pandang produsen, tetapi juga dari sudut pandang konsumen yang menggunakan layanan tersebut.

4) QoS berdasarkan J Supranto

Menurut J. Supranto, kualitas pelayanan berarti apa yang akan terjadi yang harus dicapai dan diwujudkan dengan bantuan suatu tindakan. dimana tindakan itu tidak berwujud dan mudah hilang, tetapi dapat dirasakan dan diingat.

5) Kualitas Layanan Philip Kotler

Menurut ekonom Philip Kotler, kualitas layanan adalah kinerja yang diberikan seseorang kepada orang lain. Layanan ini dapat berupa tindakan immaterial dan tidak memerlukan kepemilikan properti apa pun dan kepada siapa pun.

6) Kualitas pelayanan Ratminto dan Atik

QoS Based Next Experts dari Ratminto dan Atik. dimana ukuran keberhasilan pelayanan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Tingkat kepuasan penerima layanan tentatif akan tercapai jika penerima menerima jenis layanan yang mereka harapkan.

b. Tujuan kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat menjadi sarana untuk memperkuat hubungan internal antara pengusaha dan konsumen. Ketika harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen merasa dihargai di tempat kerja. Konsumen merasa bahwa uang yang dikeluarkan sepadan dengan keinginan dan harapannya. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung agar mereka merasa nyaman dan senang ketika diperlakukan dengan baik. Jangan sampai

pengunjung merasa sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan tidak ramah.

Cara lain adalah dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan dan kapasitas kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan ideal. Kualitas pelayanan dapat dikatakan rendah apabila apa yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapan. Kualitas layanan dapat dimaksimalkan dengan berbagai cara. Seperti biasa hormat sopan, ramah dan profesional. Semua pekerja harus memiliki perasaan bersatu untuk menjaga profesionalisme mereka. Meskipun tidak semua konsumen dapat membeli dengan sikap yang baik, namun sebagai pemilik usaha mereka harus menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai plus.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk dipahami karena berdampak langsung pada citra suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan perusahaan. Jika suatu bisnis telah mendapatkan nilai konsumen yang positif, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik dan mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer yang tentunya hal ini akan berdampak besar bagi kubu perusahaan. (Novantiani & Cahyani, 2023)

c. Indikator-Indikator kualitas pelayanan

Berikut 5 indikator kualitas pelayanan (Lubis & Andayani, 2017):

1) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

2) Keandalan

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3) Ketanggapan

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa,

pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan Dan penanganan keluhan pelanggan.

4) Jaminan

Merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan Dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan Dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5) Empati

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan secara langsung oleh karyawan untuk memperhatikan individu konsumen, termasuk kepekaan atau kebutuhan konsumen. Oleh karena itu,

komponen dimensi ini merupakan kombinasi dari akses, yaitu kemudahan penggunaan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Rahayu, 2021), harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi harga yang cukup mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau pelanggan. Terdapat empat indikator yang mencirikan harga menurut Stanton:

1. Keterjangkauan harga, harga yang ditawarkan fleksibel dan terjangkau dengan daya beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapat.
3. Daya saing harga dengan manfaat, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Harga merupakan nilai uang yang ditransaksikan oleh konsumen kepada penjual untuk pembelian barang atau jasa. Akhir kata lain, harga adalah nilai barang atau jasa yang telah diberikan oleh penjual. Harga juga dapat dikatakan sebagai uang yang dibebankan kepada

konsumen untuk memperoleh manfaat ketika membeli suatu produk, baik barang maupun jasa dari produsen.

b. Fungsi harga

Harga adalah kompensasi yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk berupa barang atau jasa apalagi fungsi harga cukup beragam. Harga memiliki fungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen. Sesuai dengan pengertian harga yang dijelaskan, berikut ini adalah beberapa fungsi harga secara umum (Web Ilmu IPS, 2020):

- 1) Menjadi acuan dalam memperhitungkan nilai jual suatu barang atau jasa.
- 2) Untuk membantu aktivitas transaksi, dimana harga yang sudah terbentuk akan mempermudah proses jual-beli.
- 3) Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan bagi penjual atau produsen.
- 4) Menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam menilai kualitas suatu barang atau jasa.
- 5) Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan manfaat produk dan daya beli konsumen.

c. Tujuan penetapan harga

Bagi produsen atau penjual, harga merupakan satu kesatuan yang harus ditentukan secara tepat karena akan berdampak pada besarnya keuntungan dan loyalitas konsumen. Tujuan Penetapan Harga (Web Ilmu IPS, 2020):

- 1) Menentukan pangsa pasar. Harga menentukan pangsa pasar mana yang akan disasar oleh penjual atau produsen sebuah barang atau jasa.
- 2) Meningkatkan Keuntungan. Semakin tinggi penetapan harga, semakin tinggi juga keuntungan yang didapatkan oleh penjual atau produsen. Namun konsumen dan produsen tidak bisa seenaknya menaikkan harga barang, harus ada komponen yang diperhatikan, seperti daya beli konsumen dan lain-lainnya.
- 3) Menjaga Loyalitas Konsumen. Untuk menjaga loyalitas konsumennya, penjual atau produsen harus menentukan harga sesuai pangsa pasarnya.
- 4) Menjaga Daya Saing. Pembeli atau produsen menetapkan harga juga untuk menjaga persaingan antara kompetitor.

d. Peranan Harga

Menurut Fandy Tjiptono, harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan (Web Ilmu IPS, 2020):

1) Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah dan kewirausahaan.

2) Bagi Konsumen

Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain “seperti citra, merek, lokasi toko,

layanan, nilai “value” dan kualitas”. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk sering kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori specialty products.

3) Bagi Perusahaan

Harga produk ialah determinan utama bagi permintaan atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Lubis & Andayani, 2017). Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa

atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya (Lubis & Andayani, 2017).

B. Tinjauan Empiris

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain ditampilkan sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Kata Kunci	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Muh. Jabir, Andi Hendra Syam, dan Rina (2022) (Jabir et al., 2022)	Pengaruh Kualitas layanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) cabang Sampit di Kalimantan Tengah	Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, kepuasan Pengguna Jasa	Analisis secara deskriptif –kualitatif dan Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan pengujian secara simultan Kualitas Layanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Cabang Sampit di Kalimantan Tengah berpengaruh Positif dan Signifikan.
2.	Irman (2023) (Irman, 2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Transportasi Laut Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Bongkar Muat PT. Pelindo IV Cab. Makassar	Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan	Regresi Linier Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Sardi, Badaruddi, dan Fitriyani (2022) (Sardi et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Pada	Ketanggapan, Jaminan, Perwujudan, Empati, Keandalan, Kepuasan Pelanggan	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy dan Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap

		Pelabuhan Nusantara Parepare			Kepuasan Penumpang pada Pelabuhan Nusantara Parepare.
4.	Syafri, Ahmad Firman, dan Badaruddin (2023) (Syafri et al., 2023)	Pengaruh Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelindo Terminal Petikemas Bitung	Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan, Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pengguna Jasa	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung
5.	Hendyanta Reishigano Megaputra dan Beni Agus Setiono (2021) (Megaputra & Setiono, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Bongkar Muat PT. Temas Shipping	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan tingkat sig. 0,000 yang $< \alpha$ (0,05) dan r hitung = 13,550 $>$ r tabel = 1,697. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa dengan sig. 0,000 yang $< \alpha$ (0,05), dan r hitung = 0,931 $>$ r tabel = 0,361. Setelah ditemukan ada hubungan, selanjutnya dilakukan analisis kuatnya hubungan. nilai Pearson Correlation menunjukkan 0,931 berarti tingkat hubungannya sangat kuat.
6.	Rus Adrianto Ruslan dan Devilia Sari (2022) (Ruslan & Sari, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Loket Administrasi Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) Terminal	Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang memakai model hipotesis linear	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi responsiveness dan reliability memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan kualitas pelayanan dimensi tangibles, assurance dan Emphaty tidak memiliki pengaruh signifikan dan

		Petikemas Makassar		berganda	memiliki pengaruh yang negative terhadap kepuasan pengguna jasa pada loket administrasi pada PT Pelabuhan Indonesia TPM. Serta kualitas pelayanan dimensi responsiveness, reliability, tangibles, assurance dan Emphaty secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelabuhan
7.	Rostini, Nurfadhillah Insan Maulida AS dan Nursyam (2021) (Rostini et al., 2021)	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelabuhan Indonesia Iv Cabang Terminal Peti Kemas Makassar	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna Jasa, Pelabuhan Indonesia, Terminal Peti Kemas	metode analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa reability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Sedangkan secara parsial bahwa reability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible, semuanya berpengaruh positif tapi hanya responsiveness dan emphaty yang mempunyai pengaruh signifikan..
8.	Nurul Wahyuni, Muh. Ichwan Musa, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Romansyah Sahabuddin, Dan Zainal Ruma (2023) (Nurul Wahyuni et al., 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Kmp. Sangke Palangga di Pelabuhan Penyeberangan Bira-Jampea-Labuan Bajo PT. Asdp Indonesia Ferry (Persero) Cabang Selayar Pada Masa Pandemi Covid-19	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang	analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Variabel kehandalan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Variabel daya tanggap terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Variabel jaminan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Variabel empati terdapat pengaruh

					positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan penumpang.
9.	Yudit Oktaria, Julius Mulyono, dan Lusya Permata Sari Hartanti (2021) (Oktaria et al., 2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padang-Kepulauan Mentawai	Kapal Mentawai Fast, kualitas layanan, kepuasan konsumen	Memakai validitas dan reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan faktor kualitas layanan berdasarkan <i>tangible</i> , <i>reliability</i> dan <i>empathy</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan faktor kualitas layanan berdasarkan variabel <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
10.	Novia Ardianti dan Widayanto (2022) (Ardianti & Widayanto, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Pelni Semarang Melalui Keputusan Penggunaan (Studi Pada Km. Egon Semarang-Kumai)	Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Penumpang, Pelni	Memakai teknik analisis <i>Partial Least Square</i> , yang diestimasi dengan program WarpPLS 6.0	Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil negatif dan signifikan, pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil positif dan signifikan, Harga terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan, dan pengaruh Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan. Uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan

					menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan.
--	--	--	--	--	---

Sumber : *Literatur Review* oleh Peneliti

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan kerangka konseptual yang memuat hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian atau hubungan antar konsep dengan konsep lainnya dari masalah yang diteliti sesuai dengan uraian pada studi kepustakaan (Surahman et al., 2016).

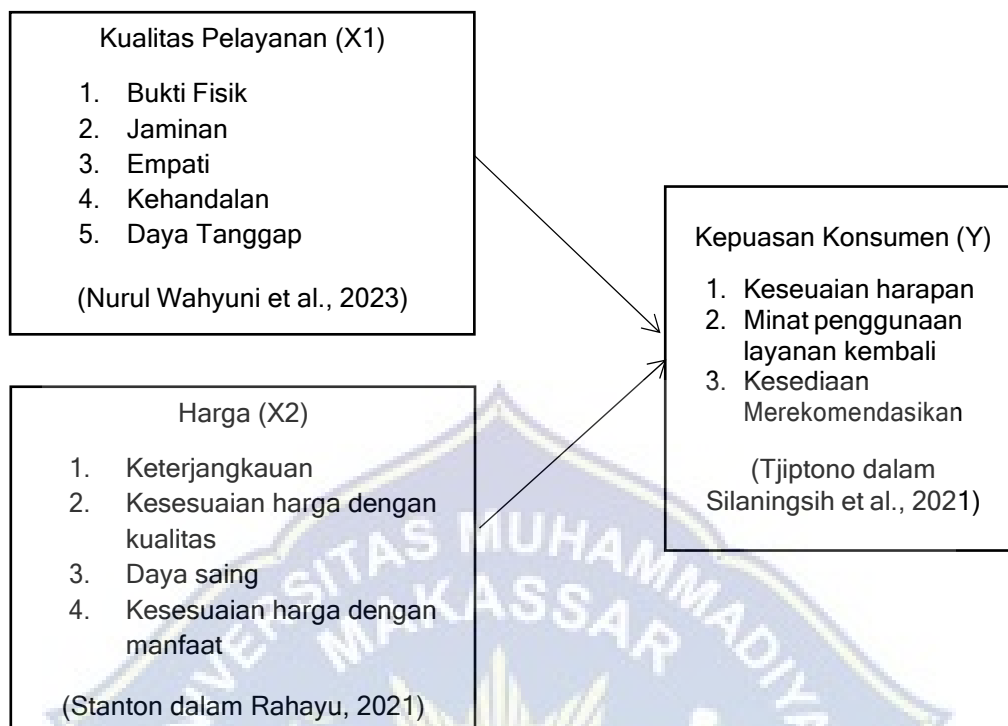
Berdasarkan tinjauan empiris terhadap sepuluh penelitian terdahulu yang relevan, maka dapat ditarik benang merahnya bahwa hampir semua penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa Penelitian Terdahulu menemukan bahwa indikator variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan seperti Reliability (Kehandalan), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Fisik), Empathy (Empati), dan Responsiveness (Daya Tanggap).

Penelitian lain menemukan bahwa variabel Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Fisik) dan Empathy (Empati) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun jika diuji secara bersama-sama dengan dua indikator lainnya yaitu Reliability (Kehandalan) dan Responsiveness (Daya Tanggap) maka ketiga indikator variabel tersebut berpengaruh signifikan. Adapun penelitian lain menemukan jika secara parsial, hanya indikator Empathy (Empati) dan Responsiveness (Daya

Tanggap) yang berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian lain juga menemukan bahwa indikator Responsiveness (Daya Tanggap) dan Assurance (Jaminan) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, indikator Reliability (Kehandalan) dan Empathy (Empati) berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan hanya indikator Tangible (Bukti Fisik) yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal itu tidak sejalan dengan penelitian lain yang menemukan bahwa indikator Responsiveness (Daya Tanggap) dan Assurance (Jaminan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan Reliability (Kehandalan), Tangible (Bukti Fisik) dan Empathy (Empati) yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Namun penelitian lain juga menemukan bahwa indikator variabel Reliability (Kehandalan), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Fisik), Empathy (Empati), dan Responsiveness (Daya Tanggap) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Adapun variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan setelah di uji langsung meskipun terhadap keputusan penggunaan, dan saat diuji tidak langsung tetap sama yakni harga terhadap kepuasan penumpang melalui keputusan penggunaan berpengaruh negatif signifikan.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Menurut Sugiono (dalam Mayasari & Safina, 2021) hipotesis merupakan hasil sementara atau jawaban sementara sebuah rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun berbentuk sebuah kalimat pertanyaan. Dikatakan sebuah hal yang bersifat sementara sebab jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang benar, belum berdasarkan pada fakta yang empiris melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap suatu rumusan masalah penelitian, belum berupa jawaban empiris.

Jadi hipotesis dalam penelitian ini ialah:

- H₁: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar.
- H₂: Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara melihat hubungan antarvariabel. Variabel diukur sehingga ditemukan data yang berupa angka-angka, untuk kemudian dianalisis dengan rumus statistik (Nugrahani, 2014).

Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu riset kuantitatif yang bentuk deskripsinya dengan angka atau numerik (statistik). Maksudnya adalah penelitian tersebut berkaitan dengan penjabaran dengan angka-angka statistik (Salmaa, 2023b).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian maka yang menjadi tempat/lokasi penelitian adalah Pelindo Regional 4 Cabang Makassar yang terletak di Jalan Soekarno. Adapun Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Februari-April 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data ialah segala fakta dan angka yang diperlukan. Data digunakan serta diperhitungkan atau dijadikan sebagai bahan dalam penelitian untuk menyusun suatu informasi (Abubakar, 2021). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. data kuantitatif

adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang dikuantifikasikan (Akhtar, 2017).

b. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data pada penelitian dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis yakni data primer dan data sekunder (Siyoto & Sodik, 2015):

- 1) Data primer adalah informasi yang peneliti terima atau kumpulkan langsung dari sumber data . Untuk mendapatkan data primer, maka peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari kuesioner.
- 2) Data sekunder adalah informasi yang peneliti terima atau kumpulkan dari berbagai sumber, hal ini berarti peneliti memiliki akses kedua terhadap data tersebut. Adapun data sekunder yang peneliti gunakan antara lain: data dari perusahaan, jurnal, buku/ ebook, prosiding, skripsi, dan beberapa situs di internet yang relevan.

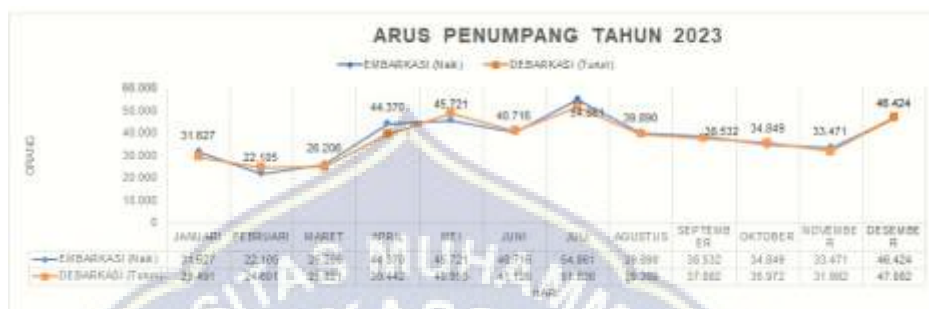
D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Margono, populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Hardani et al., 2020).

Berdasarkan Laporan Arus Penumpang Pelabuhan Makassar Tahun 2023 di atas menyatakan bahwa jumlah penumpang pada Desember

Tahun 2023 ialah sebanyak 46.424 orang. Sehingga populasi pada penelitian ini ialah semua penumpang dari berbagai kalangan baik itu perempuan atau laki-laki, anak muda atau orang tua yang merupakan penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar sebanyak 27.978 orang tersebut.



Sumber: (Pelindo Regional 4 Cabang Makassar, 2023)

Gambar 3.1 Arus Penumpang Tahun 2023

2. Sampel Penelitian

Menurut Husain dan Purnomo, sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling (Hardani et al., 2020). Jadi sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang dapat mewakili seluruh populasi yang ada sebagai bahan penelitian untuk memperoleh kesimpulan.

Ukuran sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Rumus Taro Yamane untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana (A. Putra, 2023). Rumusnya adalah:

$$\frac{N}{N+1(n \times e^2)}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (biasanya 5% atau dalam desimal 0,05)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = 27.978 / (1 + 46.424 \times 0,05^2)$$

$$n = 27.978 / (1 + 46.424 \times 0,0025)$$

$$n = 27.978 / (1 + 116,06)$$

$$n = 27.978 / 117,06$$

$$n = 239$$

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 239 orang penumpang kapal Pelindo Regional 4 Cabang Makassar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengukuran data yang akan dilakukan dalam penelitian ini, dengan cara :

a. Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto (dalam Firdaus et al., 2019), observasi merupakan tindakan pengumpulan informasi yang akan dipakai untuk mengetahui apakah tindakan yang dilakukan telah berjalan sesuai dengan rencana yang di harapkan. Sedangkan Riyanto menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian. Observasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.

Observasi langsung adalah mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subyek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan di dalam situasi buatan yang khusus diadakan. Sedangkan observasi tak langsung adalah mengadakan pengamatan terhadap

gejala-gejala subyek yang diselidiki dengan perantara sebuah alat. Pelaksanaannya dapat berlangsung di dalam situasi yang sebenarnya maupun di dalam situasi buatan (Firdaus et al., 2019).

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono, kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberi responden seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis untuk dijawabnya. Melansir laman *Simply Psychology*, kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang tujuannya untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai semacam wawancara tertulis. Mereka dapat dilakukan secara tatap muka, melalui telepon, ataupun secara *online* (dalam Website Populix, 2023).

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung. Kuesioner termasuk aspek penting dalam penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dari responden.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara cenderung merupakan data primer atau data yang langsung didapat dari pihak pertama (Hardani et al., 2020).

Penggunaan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber dokumen yang berasal dari Pelindo

Regional 4 Cabang Makassar.

F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan unsur penelitian yang memberikan penjelasan tentang variabel-variabel yang ada di dalam penelitian beserta indikatornya sehingga dapat diamati dan diukur. Dalam penelitian ini variabel bebas (independen) yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) serta variabel terikat (dependen) yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kualitas Layanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Jaminan 3. Empaty 4. Keandalan 5. Daya Tanggap
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkaun 2. Kesesuain Harga dengan kualitas 3. Daya saing 4. Kesesuain Harga dengan Manfaat
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat penggunaan layanan kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan

2. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel diukur menggunakan lembar tertulis yaitu kuesioner yang berisi pernyataan dan tujuan memperoleh data untuk kemudian digunakan dalam menganalisis variabel penelitian. Skala

pengukuran dalam variabel ini menggunakan skala *Likert*. *Likert scale* atau skala likert merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan.

Tabel 3.2 Ketentuan Skala Pengukuran Variabel

NO	JAWABAN	SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data terkumpul kemudian diolah untuk menarik kesimpulan. Teknik analisis data adalah cara pemetaan, penguraian, perhitungan, hingga pengkajian data yang telah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah dan memperoleh kesimpulan dalam penelitian. Menurut Sugiyono, teknik analisis data adalah cara yang digunakan berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian (Thabroni, 2021).

Teknik analisis data kuantitatif ialah teknik yang mengolah atau mengelola data-data bersifat angka-angka atau statistik. Pada teknik analisis data kuantitatif, data-data yang digunakan ialah data-data angka atau data numerik yang dapat dihitung secara tepat dengan perhitungan rumus statistik. Data-data kuantitatif tersebut berupa survei, arsip data, peringkat, dan sebagainya. Berdasarkan data dan variabel diatas, maka penelitian akan melakukan metode analisis data sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif pada penelitian kuantitatif ialah analisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data-data yang ditemukan secara apa adanya. Deskripsi pada penelitian kuantitatif ialah menggambarkan data-data yang berupa angka-angka dengan deskripsi berdasarkan data tersebut secara jelas.

2. Uji Instrumen

Berikut penjelasan uji instrumen (Noor Wahyuni, 2014):

a. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak, validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur.

Ghozali menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b. Uji Reabilitas

Sugiharto dan Situnjak menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan

dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghozali menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Pengujian realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali (dalam Web Accounting Binus, 2021) suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka *item* pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
- Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka *item* pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada hakekatnya adalah regresi linier yang digunakan untuk mengestimasi hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linier berganda adalah teknik statistik yang menggunakan beberapa variabel penjelas untuk memprediksi hasil dari variabel respon.

Tujuan dari regresi linier berganda ini untuk memodelkan hubungan linier antara variabel penjelas (independen) dan variabel respon (dependen). Menurut Umi Narimawati (dalam H, 2023), analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval. Persamaan analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut (K. Putra, 2023):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- a : Konstanta
- β_1, β_2 : Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen atau variabel X
- E : *Error Estimate*
- Y : Variabel dependen
- X_1 : Variabel independen pertama
- X_2 : Variabel independen kedua

4. Uji Hipotesis

Menurut Margono, hipotesis berasal dari kata hipo (*hypo*) dan tesis (*thesis*). hipo adalah kurang dari, sedangkan tesis berarti pendapat. Jadi hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih kurang atau sementara. Menurutnya, hipotesis adalah kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan. Sependapat dengan Sugiyono, yang menyatakan bahwa hipotesis

penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah (Salmaa, 2023a).

Berdasarkan pengertian di atas, maka hipotesis merupakan dugaan sementara yang dibuat oleh penulis. Berbentuk pernyataan, hipotesis yang masih bersifat tentatif perlu diuji kembali melalui serangkaian penelitian.

a. Uji Parsial (Uji-t Statistik)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (dalam (Web Accounting Binus, 2021d), *T-statistics* merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan.

Masih menurut Ghozali, pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t:

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kemudian syarat berikutnya adalah (Lailli, 2023):

1. Jika $\alpha < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel maka H_0 Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen.
2. Jika $\alpha > 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel maka H_0 Artinya, terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel uji.

b. ★ Uji Model (uji F)

Menurut Ghozali (dalam Web Accounting Binus, 2021b), uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama — sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama — sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian

hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima.

Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

c. Uji Determinasi (R_2)

Menurut Ghozali (dalam Web Accounting Binus, 2021b), uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R_2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R_2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama — sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R_2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel — variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas. Menurut Chin, nilai *R-Square* dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Terbentuknya Pelindo

Di masa lalu, kerajaan-kerajaan maritim nusantara seperti Sriwijaya, Majapahit, kerajaan di Maluku pernah memegang kunci jalur perdagangan dunia lewat rempah-rempah. Pedagang-pedagang dari Gujarat dan China mengambil rempah-rempah dari Kepulauan Maluku lalu mengirimkannya melalui kapal-kapal dagang menuju Cina, Semenanjung Arab, Eropa, hingga ke Madagaskar.

Pelabuhan-pelabuhan kecil di Indonesia menjadi tempat persinggahan dan pusat perdagangan yang mempertemukan para pedagang dari berbagai bangsa, sehingga menjadi bandar niaga yang besar. Hal ini melatari lahirnya Pelabuhan Indonesia di era kemerdekaan. Sebelumnya, untuk mengelola kepelabuhanan di Indonesia, dibentuk 4 pelindo yang terbagi berdasar wilayah yang berbeda.

Pelindo I mengelola pelabuhan di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, Riau dan Kepulauan Riau. Pelindo I dibentuk berdasar PP No.56 Tahun 1991, sedang nama Pelindo I ditetapkan berdasar Akta Notaris No.1 tanggal 1 Desember 1992. Pelindo II mengelola pelabuhan di wilayah 10 provinsi, yaitu Sumatera Barat, Jambi, Sumatera Selatan, Bengkulu, Lampung, Bangka Belitung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Kalimantan Barat. Pelindo II dibentuk berdasar PP No.57 Tahun 1991, Pelindo II (Persero) didirikan berdasar Akta Notaris Imas Fatimah SH, No.3, 1 Desember 1992.

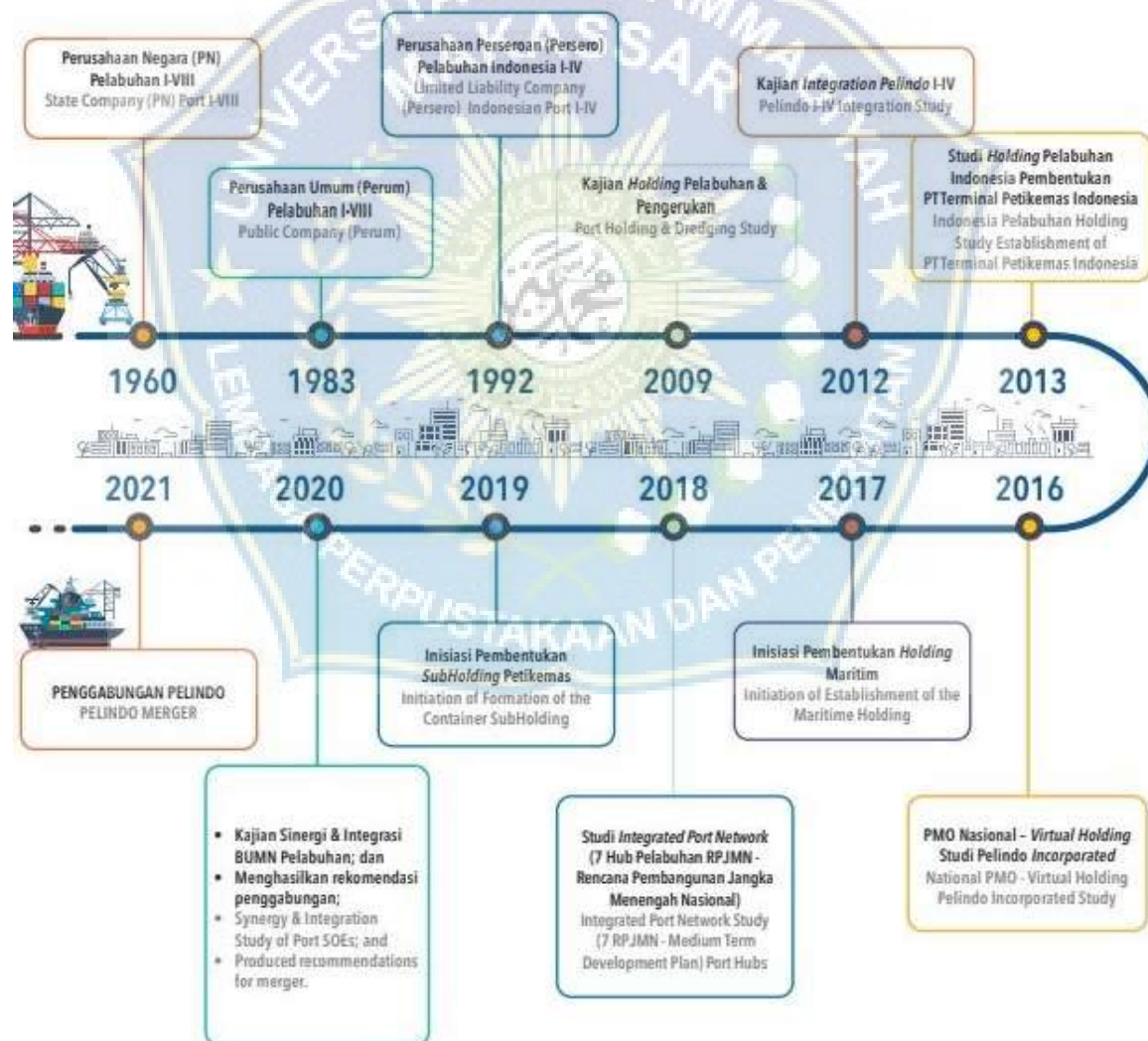
Pelindo III mengelola pelabuhan di wilayah 7 provinsi, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Bali, NTB dan NTT. Pembentukan Pelindo III tertuang dalam Akta Notaris Imas Fatimah, SH No.5 tanggal 1 Desember 1992, berdasar PP No.58 Tahun 1991. Sedang Pelindo IV mengelola pelabuhan di wilayah 11 provinsi, yaitu Provinsi Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Gorontalo, Sulawesi Utara, Maluku, Maluku Utara, Papua, dan Papua Barat. Pelindo IV dibentuk berdasar PP No.59 Tanggal 19 Oktober 1991. Sedang akta pembentukannya adalah Akta Notaris Imas Fatimah, SH no,7 tanggal 1 Desember 1992.

Masing-masing Pelindo memiliki cabang dan anak usaha untuk mengelola bisnisnya. Pelindo I, II, III, IV adalah Perusahaan BUMN *Non Listed* yang sahamnya 100% dimiliki oleh Kementerian BUMN selaku Pemegang Saham Negara Republik Indonesia. Oleh karena itu, tidak terdapat informasi Pemegang Saham Utama maupun Saham Pengendali Individu di Pelindo. Negara Republik Indonesia yang diwakili oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia merupakan satu-satunya pemilik dan Pemegang saham tunggal.

Merger atau integrasi keempat Pelindo menjadi satu Pelindo yang kemudian diberi bernama PT Pelabuhan Indonesia ini berdasar Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2021 Tentang Penggabungan PT Pelindo I, III, dan IV (Persero) ke Dalam PT Pelabuhan Indonesia II (Persero);

Pelindo II bertindak sebagai *holding* induk (perusahaan induk) dan ke-

3 Pelindo (I,III, IV) bertindak sebagai *sub-holding*. Pembentukan *sub-holding* yang mengelola klaster-klaster usaha ditujukan untuk meningkatkan kapasitas pelayanan Pelindo dan efisiensi usaha. Berdasarkan Surat Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia nomor : S-756/MBU/10/2021 tanggal 1 Oktober 2021 perihal Persetujuan Perubahan nama, Perubahan Anggaran dasar dan Logo Perusahaan. Sehingga Pelindo II berganti nama menjadi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) atau Pelindo.



Gambar 4.1 Penggabungan Pelindo

2. Visi Misi Pelindo & Nilai-Nilai Perusahaan

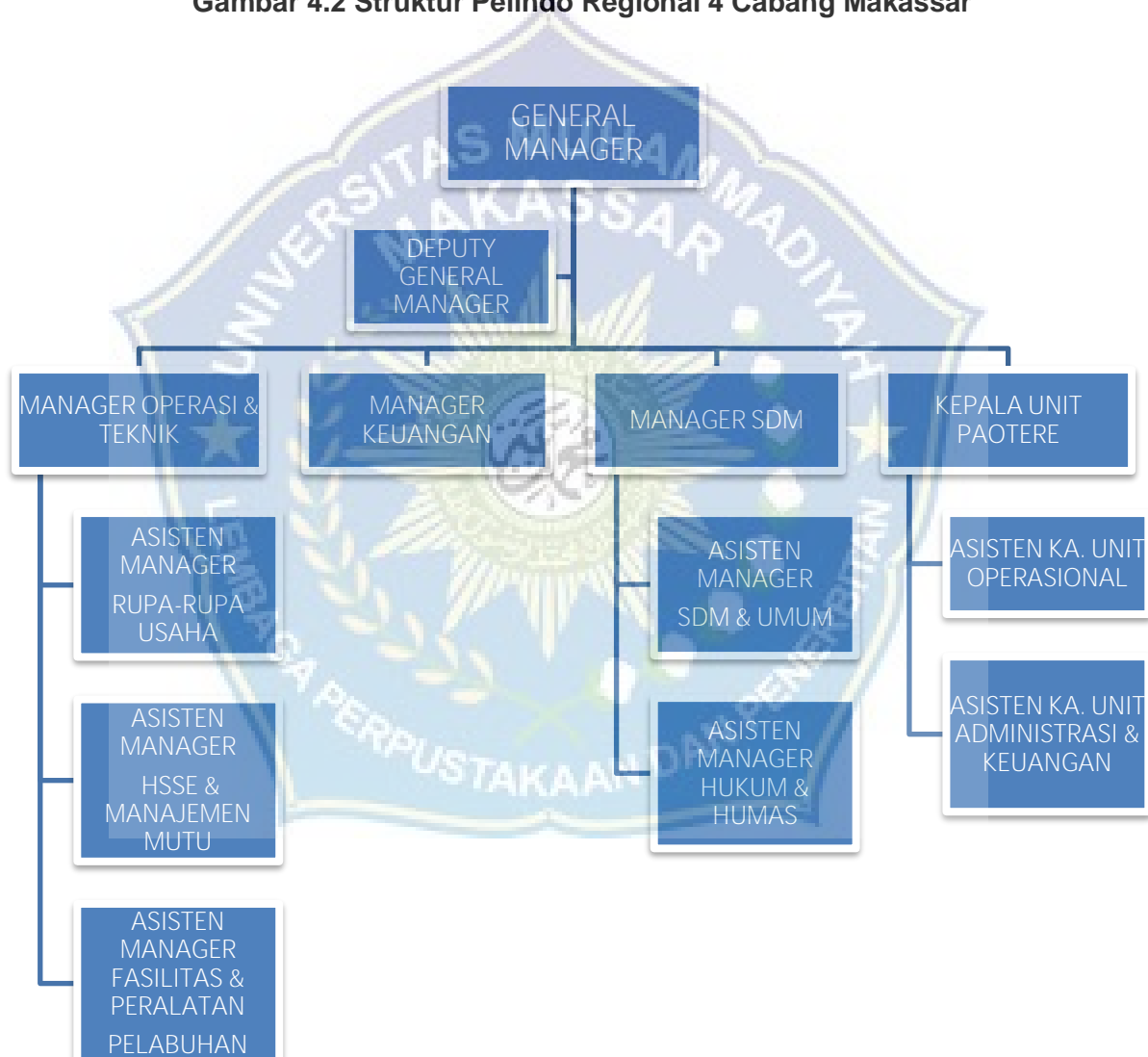
- a. Visi: “Menjadi pemimpin ekosistem maritim terintegrasi dan berkelas dunia”. Visi tersebut merupakan pernyataan cita-cita Perusahaan menjadi pintu gerbang utama jaringan logistik global di Indonesia. Cita-cita ini muncul dilandasi dengan potensi geografis, peluang bisnis serta kebijakan nasional yang membuka peluang bagi perusahaan untuk merealisasikan visi dimaksud.
- b. Misi: “Mewujudkan jaringan ekosistem maritim nasional melalui peningkatan konektivitas jaringan dan integrasi pelayanan guna mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia”. Menyediakan Jasa Kepelabuhan & Maritim yang Handal & Terintegrasi dengan Kawasan Industri untuk Mendukung Jaringan Logistik Indonesia & Global dengan Memaksimalkan Manfaat Ekonomi Selat Malaka.
- c. Nilai-Nilai Perusahaan
 - Amanah: memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
 - Kompeten: terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
 - Harmonis: saling peduli dan menghargai perbedaan.
 - Loyal: berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
 - Adaptif: terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
 - Kolaboratif: membangun kerjasama yang sinergis.

3. Struktur Organisasi

Pelindo memiliki beberapa regional yang setiap regionalnya juga memiliki pembagian-pembagian, seperti di regional 4 ada total 30

pelabuhan termasuk Pelabuhan Makassar. Pelabuhan Makassar juga dikenal sebagai Pelabuhan Soekarno–Hatta. Pelabuhan ini memiliki lalu lintas penumpang tertinggi dan lalu lintas kargo terbesar di Sulawesi. Pelabuhan Soekarno–Hatta Makassar dikategorikan sebagai pelabuhan kelas utama oleh Pemerintah Indonesia.

Gambar 4.2 Struktur Pelindo Regional 4 Cabang Makassar



B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar. Jumlah konsumen yang dipilih untuk sebagai responden sebanyak 239 orang dengan identitas sebagai berikut : jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

a) Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan pertanda gender untuk membedakan seseorang tersebut laki-laki atau perempuan. Berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1
Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	120	50,2	50,2	50,2
	Perempuan	119	49,8	49,8	100,0
Total		239	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin, untuk laki-laki berjumlah 120 orang dengan persentase 50,2% sedangkan untuk perempuan berjumlah 119 orang dengan persentase 49,8% dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen pada didominasi oleh laki-laki.

b) Usia Responden

Usia seseorang merupakan ukuran lamanya hidup seseorang. Karena itu usia dapat mencerminkan pengalaman dan kematangan seseorang

dalam kehidupan. Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Distribusi Responden Menurut Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	<20	65	27,2	27,2	27,2
	21-25	11	4,6	4,6	31,8
	26-30	57	23,8	23,8	55,6
	31-35	60	25,1	25,1	80,8
	36-40	17	7,1	7,1	87,9
	>40	29	12,1	12,1	100,0
	Total	239	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia <20 tahun menempati prosentase tertinggi yaitu sebesar 27,2%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagian besar masih anak muda yang dimana pada usia tersebut mayoritas pelajar.

c) Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan merupakan cerminan seberapa tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dan diperoleh dari jenjang pendidikan yang ditempuhnya selama ini. Untuk itu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Distribusi Responden Menurut Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	76	31,8	31,8	31,8
	S1	119	49,8	49,8	81,6
	S2	17	7,1	7,1	88,7
	Tidak Sekolah	27	11,3	11,3	100,0
	Total	239	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.3. tersebut dapat dilihat bahwa prosentase responden dengan tingkat pendidikan paling besar adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 50,9%, diikuti responden yang berpendidikan S1 yaitu 41,5% dan prosentase terkecil adalah responden yang berpendidikan S2, yaitu sebesar 1,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pelanggan Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar masih berpendidikan rendah.

d) Pekerjaan Responden

Masing-masing responden memiliki jenis pekerjaan yang berbeda. Untuk memudahkan pembedaan jenis pekerjaan responden maka dapat dilihat dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Responden Menurut Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ASN	48	20,1	20,2	20,2
	WIRASWASTA	64	26,8	26,9	47,1
	IRT	73	30,5	30,7	77,7
	LAINNYA	53	22,2	22,3	100,0
	Total	238	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		239	100,0		

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai IRT, yaitu sebesar 30,5%, diikuti Wiraswasta sebesar 26,8%, Lainnya 22,2% dan diikuti ASN sebesar 20,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Konsumen dari ibu rumah tangga yang mempunyai anak berstatus pelajar.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi dan Jawaban

Indikator	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (F) & Persentase										Nilai Rata-rata
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	1	0	0,0	1	0,4	65	27,2	124	51,9	49	20,5	3,92
X1.1	2	0	0,0	0	0,0	62	25,9	140	58,6	37	15,5	3,90
Rata-rata Indikator Bukti Fisik											3,91	
X1.2	1	0	0,0	0	0,0	61	25,5	116	48,5	62	25,9	4,00
X1.2	2	0	0,0	1	0,4	79	33,1	99	41,4	62	25,9	3,91
Rata-rata Indikator Jaminan											3,96	
X1.3	1	0	0,0	0	0,0	79	33,1	104	43,5	56	23,4	3,90
X1.3	2	0	0,0	0	0,0	47	19,7	130	54,4	62	25,9	4,06
Rata-rata Indikator Empati											3,98	
X1.4	1	0	0,0	0	0,0	75	31,4	119	49,8	45	18,8	3,87
X1.4	2	0	0,0	0	0,0	120	50,2	72	30,1	47	19,7	3,69
Rata-rata Indikator Kehandalan											3,78	
X1.5	1	0	0,0	0	0,0	119	49,8	99	41,4	21	8,8	3,59
X1.5	2	0	0,0	0	0,0	105	43,9	102	42,7	32	13,4	3,69
Rata-rata Indikator Daya Tanggap											3,64	
Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan											3,21	

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden mempunyai nilai rata-rata bervariasi seperti, nilai Rata-rata indikator Bukti Fisik 3,91, Jaminan 3,96, Empati 3,98, Keandalan 3,78, dan Daya Tanggap 3,64 Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,21.

b) Harga (X2)

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi dan Jawaban

Indikator	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (F) & Persentase										Nilai Rata-rata
		STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1 1		0	0,0	0	0,0	66	27,6	102	42,7	71	29,7	40,2
X2.1 2		0	0,0	0	0,0	91	38,1	77	32,2	71	29,7	3,92
Rata-rata Indikator Keterjangkauan Harga												3,97
X2.2 1		0	0,0	0	0,0	50	20,9	116	48,5	73	30,5	4,10
X2.2 2		0	0,0	0	0,0	60	25,1	126	52,7	53	22,2	3,97
Rata-rata Indikator Kesesuaian harga dengan kualitas												4,03
X2.3 1		0	0,0	0	0,0	80	33,5	106	44,4	53	22,2	3,89
X2.3 2		0	0,0	0	0,0	50	20,9	134	56,1	55	23,0	4,02
Rata-rata Indikator Daya Saing												3,95
X2.4 1		0	0,0	0	0,0	75	31,4	69	28,9	95	39,7	4,08
X2.4 2		0	0,0	0	0,0	98	41,0	77	32,2	64	26,8	3,86
Rata-rata Indikator Kesesuaian harga dengan manfaat												3,97

Rata-rata Variabel Harga

3,98

Berdasarkan tabel 4.6 tersebut diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden mempunyai nilai rata-rata bervariasi seperti, nilai Rata-rata indikator Keterjangkauan Harga 3,97, Kesesuaian Harga dengan Kualitas 4,03, Daya Saing 3,95, dan Kesesuaian Harga dengan manfaat 3,97 Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai Rata-rata Variabel Harga sebesar 3,98.

c) Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi dan Jawaban

Indikator	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (F) & Persentase										Nilai Rata-rata
		ST S (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1 1		0	0,0	0	0,0	104	43,5	127	53,1	8	3,3	3,60
Y1.1 2		0	0,0	0	0,0	95	39,7	120	50,2	24	10,0	3,70
Rata-rata Indikator Kesesuaian harapan											3,65	
Y1.2 1		0	0,0	0	0,0	95	39,7	136	56,9	8	3,3	3,64
Y1.2 2		0	0,0	64	26,8	88	36,8	79	33,1	8	3,3	3,13
Rata-rata Indikator Minat penggunaan layanan kembali											3,38	
Y1.3 1		0	0,0	0	0,0	88	36,8	127	53,1	24	10,0	3,73
Y1.3 2		0	0,0	0	0,0	104	43,5	127	53,1	8	3,3	3,60
Rata-rata Indikator Kesiediaan Merekomendasikan											3,67	
Rata-rata Variabel Harga											3,57	

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden mempunyai nilai rata-rata bervariasi seperti, nilai Rata-rata indikator Kesesuaian Harapan 3,65, Minat Penggunaan Layanan Kembali 3,38 Dan Kesiediaan Merekomendasikan 3,67. Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen sebesar 3,57.

3. Hasil Olah Data

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi apakah item-item pertanyaan yang digunakan berhasil mengukur apa yang seharusnya diukur (valid). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya 5% atau 0,05% yang menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Pada penelitian ini terdapat 239 responden yang telah mengisi kuesioner. Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar (0,098). Hasil pengujian diperoleh bahwa semua pernyataan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Tabel 4.8
Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
	X1.1 1	0,77 6	0,13 8	Valid
	X1.1 2	0,76 0	0,13 8	Valid

Kualitas Pelayanan(X1)	X1.2 1	0,77 2	0,13 8	Valid
	X1.2 2	0,73 3	0,13 8	Valid
	X1.3 1	0,75 9	0,13 8	Valid
	X1.3 2	0,71 5	0,13 8	Valid
	X1.4 1	0,67 1	0,13 8	Valid
	X1.4 2	0,51 3	0,13 8	Valid
	X1.5 1	0,47 9	0,13 8	Valid
	X1.5 2	0,50 7	0,13 8	Valid
Harga (X2)	X2.1 1	0,75 8	0,13 8	Valid
	X2.1 2	0,91 9	0,13 8	Valid
	X2.2 1	0,73 3	0,13 8	Valid
	X2.2 2	0,84 5	0,13 8	Valid
	X2.3 1	0,68 8	0,13 8	Valid
	X2.3 2	0,64 0	0,13 8	Valid
	X2.4 1	0,87 6	0,13 8	Valid
	X2.4 2	0,85 0	0,13 8	Valid
Kepuasan Konsumen(Y)	Y1.1 1	0,67 3	0,13 8	Valid
	Y1.1 2	0,62 1	0,13 8	Valid
	Y1.2 1	0,62 8	0,13 8	Valid
	Y1.2 2	0,69 5	0,13 8	Valid
	Y1.3 1	0,72 4	0,13 8	Valid
	Y1.3 2	0,76 6	0,13 8	Valid

Sumber : Data primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan

indikator adalah valid.

b) Uji Realibilitas

Uji realibilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan keandalan suatu pertanyaan digunakan program komputer SPSS 25, sehingga diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk setiap variabel penelitian. Hasil uji dapat dikatakan reliable jika memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Hasil uji realibilitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Uji Realibilitas

Variabel	Koofisien Reliabilitas (a)	Nilai Batas Alpha (a)	Keputusan
Kualitas Pelayanan	0,763	0,6	Reliabilitas
Harga	0,788	0,6	Reliabilitas
Kopuasan Konsumen	0,768	0,6	Reliabilitas

Sumber : Data primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan kuesioner memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model

regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Analisis data menyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		239
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14672383
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,043
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066 ^c

a. Test distribution is Normal.

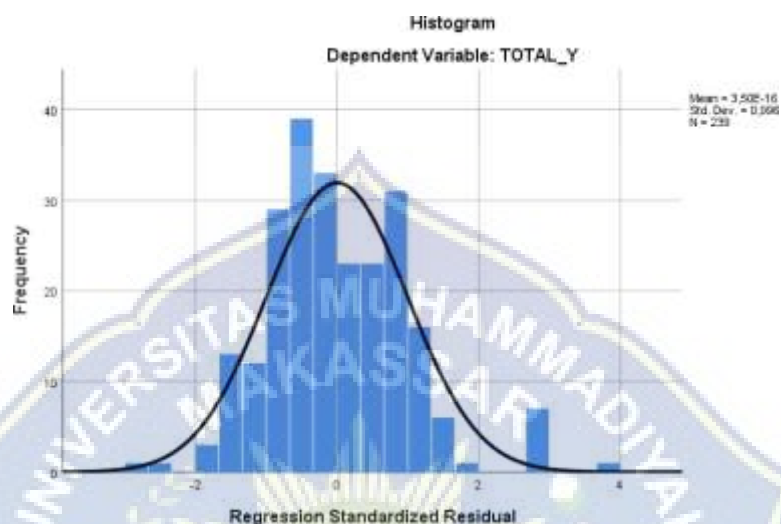
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan (sig 0,66) yang berarti nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) menyatakan bahwa informasi dari masing-masing penelitian telah berdistribusi

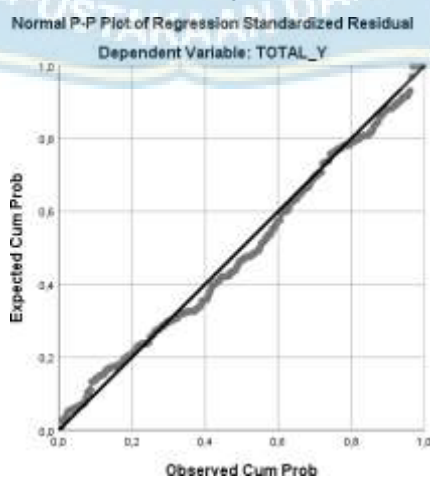
normal secara statistic dan layak digunakan sebagai informasi penelitian.

Gambar 4.3
Gambar Histogram



Berdasarkan uji Grafik Histogram didapatkan bahwa frekuensi Residual paling banyak mengumpul pada nilai 0 atau nilai penyebaran data sudah sesuai dengan kurva normal sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Gambar 4.4
Gambar Uji P-Plot



Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik–titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas

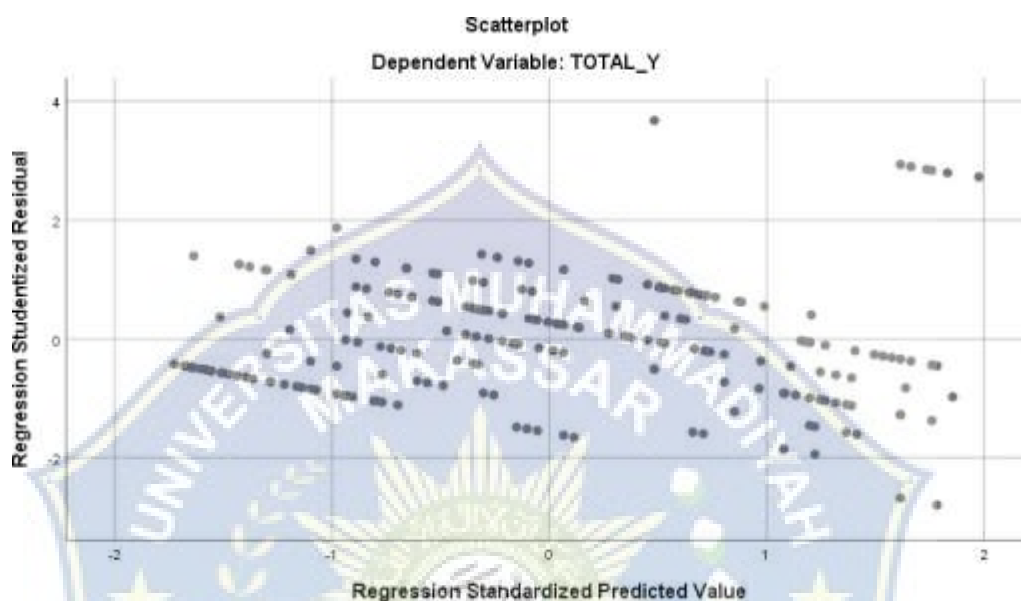
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	,040	,040		,999	,319
	TOTAL_X1	-,001	,001	-,055	-,860	,391
	TOTAL_X2	,002	,001	,168	2,624	,089

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi semua variabel lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa

tidak terdapat atau model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.5
Scatterplot



Dari grafik *Scatterplot* yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang besar antara variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang besar antara variabel bebas, maka ikatan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terganggu. Identifikasi statistik yang bebas digunakan untuk menguji kendala multikolinearitas adalah *variance inflator factor* (VIF) dan nilai tolerance. Tabel dibawah ini menunjukkan uji multikoloniearitas.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	,996	1,004
	TOTAL_X2	,996	1,004

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Dari tabel 4.12, untuk semua variabel diperoleh nilai tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,0. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10,454	1,524		6,861	,000
	Kualitas Pelayanan	,035	,030	,063	1,173	,242
	Harga	,301	,029	,559	10,321	,182

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 10,454 + 0,035X_1 + 0,301X_2 + 5\%$$

1. Nilai konstanta $a = 10,454$ artinya jika variabel kualitas pelayanan dan harga, tidak dimasukkan dalam penelitian maka kepuasan konsumen di kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar 10,454%.
2. Nilai koefisien $b_1 = 0.035$ artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan lebih baik lagi maka kepuasan konsumen di kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar akan meningkat sebesar 0.035% dengan ansumsi variabel independent yang lain konstan.
3. Nilai koefisien $b_2 = 0.301$ artinya jika variabel harga ditingkatkan 1% lebih baik lagi maka kepuasan konsumen di kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar akan meningkat sebesar 0.301% dengan asumsi variabel independent yang lain konstan.

4. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Uji Adjusted R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,558 ^a	,312	,306	2,156

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa bahwa nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,306 atau 30,6%. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel dependen yaitu kepuasan konsumen hanya dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan dan harga, sebesar 30,6% sedangkan sisanya 60,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Uji ini disebut juga dengan istilah uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji simultan model. Uji ini mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15
Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496,434	2	248,217	53,409	,000 ^b
	Residual	1096,805	236	4,647		
	Total	1593,238	238			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4. 15, diketahui nilai F-hitung sebesar 53,409 > 3,04 dari nilai F-tabel dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel Independen, yakni kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan konsumen.

c) Uji Parsial T (Uji T)

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksud tepat disini adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Parameter yang diestimasi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien dalam persamaan linier). Pada bagian ini, uji t difokuskan pada parameter slope (koefisien regresi) saja. Jadi uji t yang dimaksud adalah uji koefisien regresi. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0.05 maka H₀ ditolak atau koefisien regresi signifikan, dan apabila nilai probabilitas lebih besar

dari 0.05 maka H_0 diterima atau koefisien regresi tidak signifikan. Hasil uji statistic T dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10,454	1,524		6,861	,000
	Kualitas Pelayanan	,035	,030	,063	1,173	,242
	Harga	,301	,029	,559	10,321	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel diatas variabel kualitas pelayanan menunjukkan T_{hitung} sebesar 1,173 sementara itu nilai $T_{tabel} = 0,138$ maka $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0.242 lebih besar dari 0.05 artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan variable harga menunjukkan T_{hitung} sebesar 10,321 sementara itu nilai $T_{tabel} = 0,138$ maka $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0.000 lebih kecil dari 0.05 artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Analisis uji-t untuk variabel kualitas pelayanan, nilai t hitungnya sebesar 1,173, sementara itu nilai t tabel sebesar 0,138 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0,242 lebih besar dari 0,05 maka individual kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini menerima hipotesis

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Analisis uji-t untuk variabel harga, nilai t hitungnya sebesar 10,321, sementara itu nilai t tabel sebesar 0,138 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka individual harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dan hasil analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Penumpang Pelindo Regional 4 Cabang Makassar, adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. analisis uji-t untuk variabel kualitas pelayanan, nilai t hitungnya sebesar 1,173, sementara itu nilai t tabel sebesar 0,138 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0,242 lebih besar dari 0,05 maka individual kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan kapal penumpang regional 4 cabang makassar sudah meningkatkan kepuasan pada konsumen sehingga meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.
2. Harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Analisis uji-t untuk variabel harga, nilai t hitungnya sebesar 10,321, sementara itu nilai t tabel sebesar 0,138 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka individual harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Harga sebagai segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang/jasa beserta pelayanan dari suatu perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal penumpang pelindo regional 4 cabang makassar memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak perusahaan kualitas pelayanan bisa dipertahankan serta meningkatkan terus menerus kualitas layanannya yang dimiliki dalam menjaga rasa kepuasan konsumen karna semua variabel independennya yaitu kualitas layanan pada penelitian ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, terkecuali variabel independen harga yang menyatakan dalam penelitian ini bahwa berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Diharapkan pihak perusahaan agar dapat menurunkan atau menstabilkan harga produknya agar konsumen dapat kembali membeli dan bisa merasakan kepuasan dalam produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Akbar, K. G., & Tamara, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Unit Informasi terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Sultan Kaharudin III Sumbawa Besar. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Akhtar, H. (2017). *Jenis Data Kuantitatif*. Semestapsikometrika.Com. https://www.semestapsikometrika.com/2017/07/jenis-data-kuantitatif_26.html
- Ardianti, N., & Widayanto. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Pelni Semarang Melalui Keputusan Penggunaan (Studi Pada KM. Egon Semarang-Kumai). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3).
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrase Dan Pelayanan Publik*, 9(1).
- BAKRI Universitas Medan Area. (2022). *Pengertian Kualitas Pelayanan*. Bakri.Uma.Ac.Id. <https://bakri.uma.ac.id/pengertian-kualitas-pelayanan/>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA*.
- Firdaus, A. A., Halidjah, S., & Salimi, A. (2019). Peningkatan Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaran Menggunakan Media Gambar di Madrasah Ibtidaiyah. *Portal Jurnal Ilmiah Universitas Tanjungpura*, 8(12).
- H, R. (2023). *Pengertian Regresi Linier Berganda, Cara Menghitung, dan Contohnya*. Penelitianilmiah.Com. <https://penelitianilmiah.com/regresi-linier-berganda/>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Irman. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Transportasi Laut terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Bongkar Muat PT. Pelindo IV Cab. Makassar. *Journalon Education*, 5(4).
- Jabir, M., Syam, A. H., & Rina. (2022). Pengaruh Kualitas layanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) cabang Sampit di Kalimantan Tengah. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(1).
- Laili. (2023). *Mengenal Uji F dan Uji T dalam Penelitian Kuantitatif*. Tambahpinter.Com. <https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/>

- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1(2).
- Maulana, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *JBM: Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Megaputra, H. R., & Setiono, B. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Bongkar Muat PT . Temas Shipping. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 11(2).
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *JEBM: Jurnal Manajemen*, 13(4).
- Novantiani, A., & Cahyani, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Telkom Indonesia (Studi Kasus Unit BussinesService Witel Bandung). *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2).
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Oktaria, Y., Mulyono, J., & Hartanti, L. P. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padang-Kepulauan Mentawai. *Jurnal Ilmiah Widya Teknik*, 20(2).
- Pelindo. (2021). *Profil Pelindo*. Pelindo.Co.Id. <https://pelindo.co.id/>
- PT. Pelabuhan Indonesia Regional 4 Cabang Makassar. (2022). *Kapal Pelayaran Niaga Tambat Desember 2022*.
- PT. Pelabuhan Indonesia Regional 4 Cabang Makassar. (2023). *Laporan Arus Penumpang Pelabuhan Makassar 2022 dan 2023*.
- Putra, A. (2023). *Rumus Taro Yamane dan Slovin: Menghitung Sampel Populasi dengan Mudah*. Www.Berotak.Com. <https://www.berotak.com/rumus-taro-yamane-dan-slovin/#:~:text=Rumus Taro Yamane dan Slovin adalah alat yang,memberikan estimasi dan tidak menjamin keakuratan hasil penelitian.>
- Putra, K. (2023). *Regresi: Pengertian, Macam, Rumus, dan Contoh Soal*. Rumuspintar.Com. https://rumuspintar.com/regresi/#google_vignette
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *MBIA: Journal Management, Business, and Accounting*, 20(1).
- Rostini, AS., N. I. M., & Nursyam. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelabuhan Indonesia IV Cabang Terminal Peti Kemas Makassar. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 3(1).
- Ruslan, R. A., & Sari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Pengguna Jasa Loker Administrasi Pada Pt Pelabuhan Indonesia (Persero) Terminal Petikemas Makassar. *E-Proceeding of Management*, 9(4).

Salmaa. (2023a). *Hipotesis Penelitian: Pengertian, Jenis, Contoh Lengkap*. Penerbitdeepublish.Com. <https://penerbitdeepublish.com/hipotesis-penelitian/>

Salmaa. (2023b). *Penelitian Deskriptif: Pengertian, Kriteria, Metode, dan Contoh*. Penerbitdeepublish.Com. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-deskriptif/>

Salmaa. (2023c). *Teknik Analisis Data: Pengertian, Macam, dan Langkah*. Penerbitdeepublish.Com. <https://penerbitdeepublish.com/teknik-analisis-data/>

Santoso, R. A., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk di PT Warung Pintar Distributor Cirebon. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2).

Sarboni, Syamsuddin, N., Mariati, & Jamil, M. S. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC di Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(1).

Sardi, Badaruddin, & Fitriyani. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Pelabuhan Nusantara Parepare. *NMaR Nobel Management*, 3(3).

Silaningsih, E., Yuningsih, E., & Yuningsih, Y. (2021). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Layanan. *Jurnal Visionida*, 7(1).

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Badan Pengembangan dan Pemberdayaan SDM Kesehatan.

Syafri, Firman, A., & Badaruddin. (2023). Pengaruh Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelindo Terminal Petikemas Bitung. *EJ: Ezenza Journal*, 2(2).

Thabroni, G. (2021). *Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Serupa.Id. <https://serupa.id/teknik-analisis-data-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>

Wahyuni, Noor. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Qmc.Binus.Ac.Id. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>

Wahyuni, Nurul, Musa, M. I., Haeruddin, M. I. W., Sahabuddin, R., & Ruma, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang KMP. Sangke Palangga di Pelabuhan Penyeberangan Bira-Jampea-Labuan Bajo PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Selayar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal*, 2(3).

- Web Accounting Binus. (2021a). *Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-composite-reliability-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Web Accounting Binus. (2021b). *Memahami Koefisien Determinasi dalam Regresi Linear*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Semakin tinggi nilai R 2 berarti semakin baik,independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen.>
- Web Accounting Binus. (2021c). *Memahami Uji F (Uji Simultan) dalam Regresi Linear*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>
- Web Accounting Binus. (2021d). *Memahami Uji T dalam Regresi Linear*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Web Ekonomi Universitas Bung Hatta. (2020). *Pengertian Pemasaran, Fungsi, Dan Jenis Pemasaran Dalam Bisnis*. Ekonomi.Bunghatta.Ac.Id. <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/510-pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis>
- Web Ilmu IPS. (2020). *Pengertian Harga Meliputi Fungsi, Tujuan, Metode dan Jenis-Jenisnya*. Ilmuips.My.Id. <https://www.ilmuips.my.id/2020/07/pengertian-harga.html>
- Web LSP Digital Marketing. (2023). *Pengertian pemasaran Menurut Para Ahli*. LSPdigitalmarketing.Id. <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Web Populix. (2023). *Pengertian Kuesioner, Jenis, Cara Membuat dan Contohnya*. Info.Populix.Co. <https://info.populix.co/articles/kuesioner-adalah/>

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1
Surat Penelitian



Nomor : HM.03.05/16/2/2/B3.1/B3/MKS-24
Lampiran : -
Perihal : PERSETUJUAN PENELITIAN

MAKASSAR, 16 February 2024

Kepada Yth. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
JL. SULTAN ALAUDDIN NO.259
di
MAKASSAR

Menunjuk Surat UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR Nomor 2286/05/KC 4-VIII/VIII/1444/2023 tanggal 16 February 2024

Perihal Persetujuan Penelitian

Dengan ini disampaikan bahwa untuk pelaksanaan kegiatan tersebut bagi saudara di lingkungan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 4 Makassar disetujui atas nama

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	RIFALDI	105721102119	MANAJEMEN

Ditampilkan di Divisi SDM DAN UMUM terhitung mulai tanggal 22 February s.d 22 April 2024.

Untuk pelaksanaan kegiatan tersebut disampaikan hal-hal sebagai berikut:

- Agar melapor kepada Manager SDM dan Umum paling lambat sebulan sebelum melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.
- Waktu pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan dimulai pukul 08.00-17.00 setiap hari Senin s.d. Jumat.
- Setiap hari Jumat wajib mengikuti kegiatan olahraga senam pagi dimulai pukul 07.00 sampai selesai.
- Selama melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan tidak disediakan honorarium, transportasi, maupun uang makan.

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

REGIONAL 4 MAKASSAR
MANAGER SUMBER DAYA MANUSIA



LIES PERDANI
NIP. 100531

Lampiran 2

Kuesioner

A. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : Laki-laki perempuan
Usia` :
Pekerjaan :
ASN WRSTA IRT LAINNYA
Pendidikan Terakhir :
SMA S1 S2 Tidak Sekolah

B. Petunjuk Penilaian

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat anda dengan memberikan tanda checklist (√).

Pilihan jawaban pada setiap item pertanyaan, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Kualitas Pelayan (X1)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Bukti Fisik						
1	Apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai seperti adanya kantin ataupun toilet bersih?					
2	Apakah karyawan secara ramah dan profesional dalam melayani pelanggan?					
Jaminan						

1	Apakah penanganan keluhan diberikan dengan baik?						
2	Apakah jaminan keamanan sudah sesuai harapan?						
Empati							
1	Apakah staf/pegawai secara pribadi memberikan perhatian dan akrab pada konsumen?						
2	Apakah karyawan memberikan perhatian terhadap pengguna jasa?						
Kehandalan							
1	Apakah pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan?						
2	Apakah karyawan peduli dan ramah terhadap konsumen?						
Daya Tanggap							
1	Apakah pelayanan administrasi cepat dan tepat?						
2	Apakah karyawan bersedia membantu keperluan konsumen?						

Varibel Harga (X2)

No	Harga (X2)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga tiket pelindo regional 4 cabang makassar terjangkau					
2	Harga tiket pelindo regional 4 cabang makassar bervariasi sesuai dengan Fasilitas					
Kesesuaian harga dengan kualitas						
1	Harga tiket sesuai dengan kualitas kenyamanan					

2	Harga tiket sesuai dengan hasil yang diinginkan					
Daya Saing						
1	Harga tiket pelindo regional 4 cabang makassar yang dapat bersaing dengan tiket pelabuhan Lain					
2	Harga tiket pelindo regional 4 cabang makassar lebih ekonomis					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
1	Harga tiket sesuai dengan manfaat yang konsumen Rasakan					
2	Harga tiket pelindo regional 4 cabang makassar memiliki manfaat yang bagus dibanding tiket pelabuhan lain					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kepuasan Konsumen (Y)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kesesuaian harapan						
1	Konsumen merasakan pelayanan pelindo regional 4 cabang makassar memenuhi harapan konsumen					
2	Konsumen merasakan pelayanan pelindo regional 4 cabang makassar melebihi ekspektasi Konsumen					
Minat penggunaan layanan kembali						
1	Konsumen melakukan pembelian berulang tiket yang di jual pelindo regional 4 cabang makassar					

Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,673**	,621**	,628**	,695**	,724**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	239	239	239	239	239	239	239

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

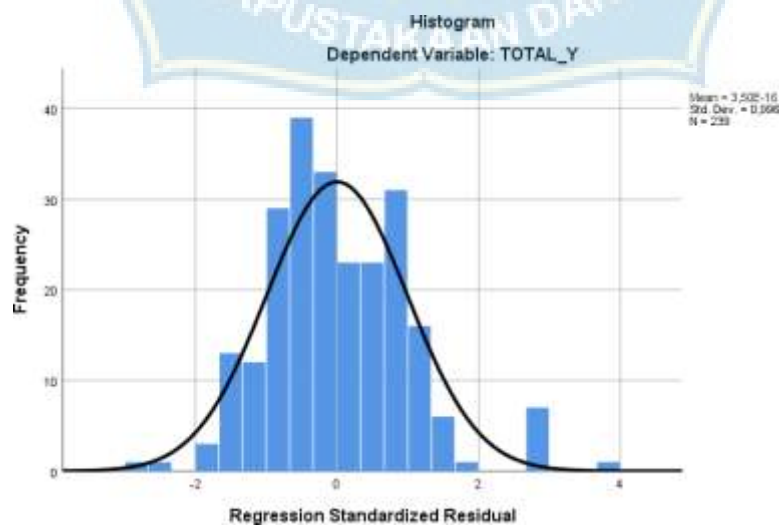
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,763	11

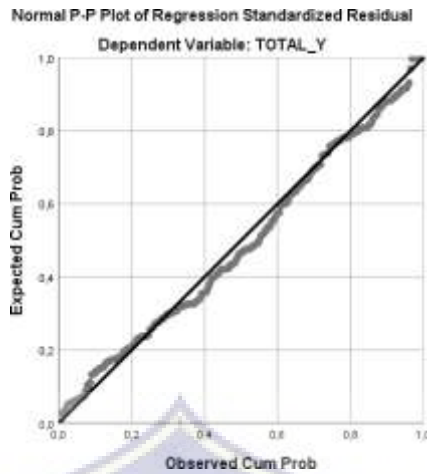
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,788	9

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,768	7





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		239
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14672383
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,043
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066 ^c

a. Test distribution is Normal.

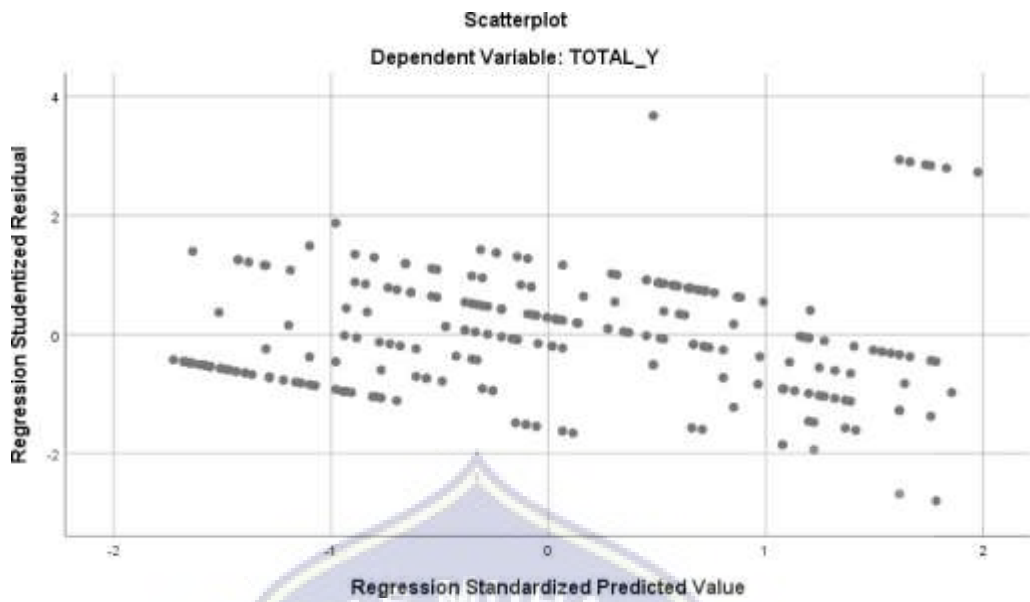
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,040	,040		,999	,319
	TOTAL_X1	-,001	,001	-,055	-,860	,391
	TOTAL_X2	,002	,001	,168	2,624	,089

a. Dependent Variable: ABS_RES



ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496,434	2	248,217	53,409	,000 ^b
	Residual	1096,805	236	4,647		
	Total	1593,238	238			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,558 ^a	,312	,306	2,156

- a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Lampiran 4
Dokumentasi







MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Rifaldi
Nim : 105721102119
Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	0 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 22 Juni 2024

Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Nurrohmah, S.Hum., M.I.P.
NBM. 964 591

AB I Rifaldi 105721102119

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

prosiding.polinema.ac.id

Internet Source

3%

2

fekbis.repository.unbin.ac.id

Internet Source

2%

3

text-id.123dok.com

Internet Source

2%

4

es.scribd.com

Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



AB II Rifaldi 105721102119

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Turnitin

Exclude quotes Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography On



AB III Rifaldi 105721102119

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha
Student Paper

3%

2

repository.ulb.ac.id
Internet Source

3%

3

repository.uinjambi.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography



BAB IV Rifaldi 105721102119

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journals.eduped.org

Internet Source

4%

2

repository.unwira.ac.id

Internet Source

4%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



B V Rifaldi 105721102119

ORIGINALITY REPORT

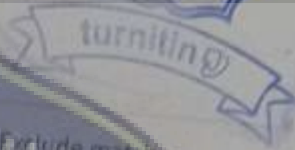
0%
SIMILARITY INDEX

0%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches On



RIWAYAT HIDUP



Rifaldi, panggilan Dion lahir di Makassar pada tanggal 03 November 1999 dari pasangan suami istri Bapak Achmad Rabo dan Ibu Ramlah. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang tinggal bersama kedua orang tua di Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 69 Tallo Tua. lulus pada tahun 2012, Smp Datuk Ribandang, lulus pada tahun 2015, SMK Muhammadiyah 2 Bontoala, lulus pada tahun 2018 dan mulai tahun 2019 mendaftar dan kuliah pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

