

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. Dharma Lautan Utama pada Kapal KM. Dharma Kencana 7 Kantor Cabang Makassar

Pandi Putra^{1*}, Martina Martina², Fitrohadin Wahyu Sayekti³, Sitti Kadriyah Kadir⁴, Nur Indah⁵

¹²³⁴⁵ Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Kapal KM. Dharma Rucitra 7 berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Dharma Lautan Utama cabang Makassar pada Kapal KM. Dharma Kencana 7. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi, dan study keperpustakaan. Penentuan sampel ditentukan dengan sampling jenuh (sensus) dan didapat sebanyak 60 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, t hitung > t tabel ($2,283 > 2,004$) dan signifikan < 0,05 ($0,026 > 0,05$). Secara parsial, Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, t hitung < t tabel ($3,764 > 2,004$) dan signifikan > 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara parsial Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, t hitung < t tabel ($2,586 > 2,004$) dan tidak signifikan > 0,05 ($0,012 < 0,05$), (2) Secara simultan Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Parepare. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji f, dimana f hitung > f tabel ($206,033 > 2,37$) dan signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$), (3) Hasil koefisien determinasi sebesar 0,917 menunjukkan Kualitas Produk variabel independen mempengaruhi variabel dependen yaitu 91,7 %, oleh karena itu bagi peneliti yang akan meneliti dengan tema yang sama, disarankan sebaiknya menambahkan variabel lain yang belum terdapat pada penelitian ini agar hasil penelitian dapat lebih baik lagi dan membuktikan hipotesis. Hal ini dimungkinkan akan memberikan hasil perbandingan pengaruh dari penelitian yang sebelumnya.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, kepuasan penumpang*

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of the quality of km ship service. Dharma Rucitra 7 has a partial and simultaneous effect on passenger satisfaction at PT. Dharma Lautan Utama Makassar branch on the KM Ship. Dharma Kencana 7. The analytical methods used in this study are observation, interviews, questionnaires, documentation, and literature studies. The determination of the sample was determined by saturated sampling (census) and obtained as many as 60 respondents. The results of this study show that (1) Partially, Product Quality affects the Purchasing Decision at the PT. Dharma Lautan Utama Branch Parepare. This is evidenced by the results of testing the t test hypothesis where, t count > t table ($2.283 > 2.004$) and significantly < 0.05 ($0.026 > 0.05$). Partially, the Price affects the Purchasing Decision at the PT. Dharma Lautan Utama Branch Parepare. This is shown by the results of testing the t test hypothesis where, t count < t

table (3.764 > 2.004) and significantly > 0.05 (0.000 < 0.05). While partially Trust affects the Purchasing Decision at the Office of PT. Dharma Lautan Utama Parepare Branch. This is shown by the results of the *t* test hypothesis test where, *t* count < *t* table (2,586 > 2.004) and insignificant > 0.05 (0.012 < 0.05), (2) Simultaneously Product Quality, Price and Trust affect the Purchasing Decision at the PT. Dharma Lautan Utama Branch Parepare. This is shown by the results of testing the *f* test hypothesis, where *f* counts > *f* table (206.033 > 2.37) and significantly < 0.05 (0.000 < 0.05), (3) The result of the coefficient of determination of 0.917 shows the Product Quality of the independent variable affecting the dependent variable, which is 91.7%, therefore for researchers who are going to research with the same theme, it is recommended that you should add other variables that have not been contained in this study so that the research results can be even better and prove the hypothesis. This is possible to provide the results of a comparison of the influences of previous studies.

Keywords: *Quality of service, passenger satisfaction*

Copyright (c) 2024 Pandi Putra

✉ Corresponding author :

Email Address : fandyamsir89@gmail.com

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan masyarakat luas, beraneka ragam produk berlomba-lomba di produksi dan di pasarkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Keadaan seperti ini akan menyebabkan suatu fenomena persaingan bisnis yang ketat, baik itu harga, kualitas suatu produk bahkan sampai dengan kepuasan pelanggan yang selalu meningkat. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli/ menikmati kembali produk dan jasa perusahaan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Adanya nilai tambah dari suatu produk maupun jasa, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk atau jasa tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satu diantaranya adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berkualitas. Kenyataan ini bias dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggannya itu nilai total pelanggan yang terdiri dari : 1) nilai produk, 2) nilai pelayanan, 3) nilai personal, 4) nilai image atau citra, dan 5) biaya total pelanggan yang terdiri dari a) biaya moneter, b) biaya waktu, c) biaya tenaga, dan d) biaya pikiran (Kotler, 2000) dalam Kamalina Din Jannah (2009:101).

Sehubungan dengan kepuasan pelanggan/konsumen tersebut dan semakin penting sarana transportasi laut maka salah satunya yang diteliti adalah Perusahaan ini didirikan oleh Alm. Bapak Soekarno yang secara resmi menjadi Presiden Direktur Perusahaan. Pada awalnya, PT. Dharma Lautan Utama (PT. DLU) hanya mengoperasikan tiga (3) buah kapal feri yang disewa oleh PJKA. Pada tahun tersebut, PT. DLU berhasil membangun sebuah kapal baru. Kapal pertama tersebut diberi nama KMP. Joko Tole yang beroperasi pada lintasan Ujung – Kamal. Kantor Utama terletak di Jalan Pandan No. 12 Surabaya. layanan yang diberikan oleh PT. Dharma Lautan Utama (PT. DLU) antara lain 1. Penyeberangan

Jarak Pendek Secara umum, bidang usaha awal yang kami rintis adalah penyedia jasa transportasi laut jarak pendek (menghubungkan dua pulau bersebelahan dengan jarak kurang dari 20.mil) dengan biaya yang ekonomis.2. Penyeberangan Jarak Jauh Dengan kemampuan dan pengalaman yang kami miliki selama lebih dari tiga puluh tahun, kami memberanikan diri untuk memperluas wilayah operasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat pemakai jasa sejak tahun 1998.

KM. Dharma Kencana 7 telah memiliki berbagai fasilitas yang bias di nikmati oleh penumpang, di antaranya ruang penumpang ber-AC dan kamar kelas I, II, dan, VIP. Setiap ruangan penumpang mempunyai televisi, kamar mandi dan juga di sediakan tempat santai untuk menikmati pemandangan yang indah selama dalam perjalanan. Pelayanan online saat ini, pemesanan tiket kapal sudah bisa dilakukan secara online melalui aplikasi pesan tiket kapal laut. Pemesanan ini bisa dilakukan dimana saja tanpa harus datang ke pelabuhan. Hal ini menjadikan proses pembelian tiket kapal lebih mudah, praktis, dan hemat waktu untuk layanan online tersedia aplikasi DLU Ferry yang tersedia di playstore yang digunakan untuk pemesanan secara online dengan pembayaran via virtual account melalui bank yang tersedia dan beberapa merchant seperti alfamart, indomart, mbanking dan VA. Walaupun Kapal KM. Dharma Kencana 7 telah memberikan pelayanan secara terus menerus, menurut pantauan penulis masih terdapat kekurangan ketidakpuasan pelanggan selama menumpang di Kapal KM. Dharma Kencana 7 tersebut. Hal ini dapat di lihat bahwa secara rata-rata setiap bulan jumlah pengunjung yang menumpang KM. Dharma Kencana 7 berfluktuatif (turun naik) bahkan di banding tahun antara tahun 2020 dan 2021.

Disamping itu jadwal keberangkatan sering mengalami kelambatan dari jadwal yang telah di tentukan, sehingga penumpang terutama yang ingin kerute makassar-surabaya merasa tidak puas karena waktu yang tidak efektif. Hasil wawancara dengan salah seorang staf senior Kapal KM. Dharma Kencana 7 membenarkan bahwa telah terjadinya kelambatan keberangkatan dari jadwal pada bulan bulan tertentu seperti bulan Desember dan Januari (libur tahunan). Selain itu, hasil wawancara atau ulasan yang di sampaikan oleh salah seorang penumpang Kapal KM.Dharma kencana 7, bahwa Kapal KM.Dharma kencana 7 ini telah oke, tapi pelayanan belum sesuai dengan keinginan untuk membelanjakan uang seperti pelayanan makanan tidak spesifik, layanan pemutar flm yang belum update, WIFI ada tapi masih lambat dan belum lancar dan kurangnya informasi yang tersedia seperti koran local dan nasional serta berita lainnya. Penelitian ini dilakukan pada Kapal KM.Dharma Kencana 7 sebagai objek penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap, kepuasan pelanggan penumpang pada Kapal KM.Dharma Kencana 7.

Literature Review

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (2013:8) dalam buku Bakhtiar Tijjang (2018:18) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang dimana individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Kotler (2013:9)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. Dharma....

mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Kotler dan Keller (2012:6) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Assauri (2013:12) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui pasar sasaran guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat di raba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Tjiptono, 20017:11).

Kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen harus sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan terutama yang diberikan oleh seluruh staf yang ada pada perusahaan menunjukkan dedikasi yang tinggi dari seluruh staf sesuai arahan yang diberikan pimpinan perusahaan. Total kualitas pelayanan bagi keseluruhan manajemen pemasaran mulai dari seluruh atribut produk atau jasa sampai dengan purna jual telah mendapat perhatian prima dari perusahaan. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya)

Menurut Freddy Rangkuti (2015:13), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan antara lain :

a. **Tangibles (Wujud Fisik)**

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Jadi yang dimaksud dengan dimensi tangibles adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen tangibles akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi tangibles meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan front-office, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan. Indikator dari Tangibles yaitu, penampilan karyawan, ruangan front office, dan tempat.

b. Reliability (Keandalan)

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu. Keandalan adalah suatu ukuran hasil karena pelanggan (customer) menilainya setelah mengalami jasa tersebut. 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. Indikator dari Reliability yaitu, kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat, pembebanan biaya secara tepat, penyampaian informasi terhadap fasilitas.

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan 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 unsure dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. Emphaty (Empati)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

e. Assurance (Jaminan)

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada dirikonsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidak pastian 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.

Kepuasan Penumpang

Menurut Supranto (2015:16) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.

Kotler (2014:16) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.

Tjiptono (2012:4) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Freddy Rangkuti (2015) ada tiga indikator kepuasan penumpang yaitu ; pelayanan yang didapatkan pelanggan kepada perusahaan, pelayanan yang didapatkan pada pemberian fasilitas, dan kenyamanan yang didapatkan dari perusahaan.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif :

- a. Data kuantitatif yakni data yang diperlukan peneliti yang umumnya berupa angka-angka statistik. Seperti data yang diperoleh dari kuesioner.
- b. Data kualitatif yakni data yang berbentuk kata, kalimat, gerakan tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Seperti data yang diperoleh dari hasil wawancara.

Penelitian ini memerlukan dua sumber data utama yakni :

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan serta wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan karyawan yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen-dokumen serta sumber-sumber lainnya berupa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian pada PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis pertama dinyatakan diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penumpang pada PT. Dharma Lautan Utama pada Kapal KM. Dharma Kencana 7 Kantor Cabang Makassar. Untuk menguji hipotesis ini dilakukan dengan cara uji parsial (uji t). pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh *variable independen* secara parsial, apakah berpengaruh secara positif dan

signifikan terhadap variable dependen, model hipotesis dalam penelitian ini adalah satu arah/satu sisi sehingga nilai signifikansinya 0,05 jadi untuk melakukan pengujian hipotesis peneliti akan menentukan terlebih dahulu t_{tabel} pada signifikansi 0,05 melalui rumus $t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k-1)$ $60-5-1 = 54$ Sehingga ditemukan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,004$.

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.315	2.522		.521	.604
Tangible (X1)	.219	.158	.214	2.124	.002
Realibility X2	.326	.139	.282	2.343	.000
Responsiveness X3	.032	.141	.028	.224	.823
Empathy X4	.162	.180	.159	.896	.374
Assurance X5	.360	.183	.341	1.968	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Olah Data SPSS, 2022

Maka dari nilai yang diperoleh dapat dijelaskan :

- Nilai signifikan pengaruh Tangible (X1) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,124 > t_{\text{tabel}} 2,004$. Hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel Tangible (X1) terhadap Kepuasan Penumpang (Y).
- Nilai signifikan pengaruh Realibility (X2) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,343 > t_{\text{tabel}} 2,004$. Hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Realibility (X2) terhadap Kepuasan Penumpang (Y).
- Nilai signifikan pengaruh Responsiveness (X3) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) sebesar $0,823 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,224 > t_{\text{tabel}} 2,004$. Hingga disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara variabel Responsiveness (X3) terhadap Kepuasan Penumpang (Y).
- Nilai signifikan pengaruh Emphaty (X4) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) sebesar $0,374 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,896 > t_{\text{tabel}} 2,004$. Hingga disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara variabel Emphaty (X4) terhadap Kepuasan Penumpang (Y).
- Nilai signifikan pengaruh Assurancess (X5) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,968 > t_{\text{tabel}} 2,004$. Hingga disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel Assurancess (X5) terhadap Kepuasan Penumpang (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis kedua dinyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Dharma Lautan Utama pada Kapal KM. Dharma Kencana 7 Kantor Cabang Makassar. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara uji simultan (uji F). Pengujian secara simultan bertujuan untuk melihat semua variabel independen kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Variabel independen dinyatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk menentukan F_{tabel} digunakan rumus sebagai berikut $F_{tabel} = (k;n-k) 2;60-2 = (2;58)$, maka diperoleh nilai $F_{tabel} 2,37$.

Tabel 2. Hasil Pengujian Simultan (uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	53.831	5	10.766	7.700	.000 ^b
Residual	75.502	54	1.398		
Total	129.333	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Y

b. Predictors: (Constant), Assurance X5, Tangible (X1), Realibility X2, Responsiveness X3, Empathy X4

Sumber: olah data SPSS, 2022

Dari output diatas nilai signifikan pengaruh Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Emphaty (X4), dan Assurance (X5) secara simultan terhadap Kepuasan Penumpang (Y) $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 7,700 > F_{tabel} 2,37$ hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Emphaty (X4), dan Assurance (X5) secara simultan terhadap Kepuasan Penumpang (Y).

Analisis Linear Berganda

Teknik ini digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel atau lebih variable (X) terhadap sebuah variabel terikat (Y) atau untuk membuktikan bahwa terdapat atau tidak terdapatnya hubungan antara dua variabel- variabel bebas dengan sebuah variabel terikat. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Hasil Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.315	2.522		.521	.604
Tangible (X1)	.219	.158	.214	2.124	.002
Realibility X2	.326	.139	.282	2.343	.000
Responsiveness X3	.032	.141	.028	.224	.823

Empathy X4	.162	.180	.159	.896	.374
Assurance X5	.360	.183	.341	1.968	.004

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Olah Data SPSS, 2022

Nilai-nilai output diatas lantas dimasukkan ke dalam persamaan regresi linear beganda di bawah ini :

$$Y = 1,315 + 0,219 X1 + 0,326 X2 + 0,032 X3 + 0,162 X4 + 0.360 X5$$

Dari persamaan tersebut diartikan bahwa :

1. Konstanta sebanyak 1,315 menjelaskan bahwa bila tidak ada nilai Tangible, Realibility, Responsiveness, Emphaty,dan Assurance atau nilai X1, X2, X3, X4, X5= 0, maka Kepuasan Penumpang menjadi 1,315 atau sama dengan nilai konstanta.
2. Koefisien regresi X1 sebanyak 0,219 menjelaskan bila tiap pertambahan 1 nilai Tangible, maka nilai Kepuasan Penumpang bertambah sebanyak 0,219 dan asumsi variabel lain bernilai tetap.
3. Koefisien regresi X2 sebanyak 0,326 menjelaskan bila tiap pertambahan 1 nilai Realibility, maka nilai Kepuasan Penumpang bertambah sebesar 0,326 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
4. Koefisien regresi X4 sebanyak 0,032 menjelaskan bila tiap pertambahan 1 nilai Responsiveness, maka nilai Kepuasan Penumpang bertambah sebanyak 0,032 dan asumsi variabel lain bernilai tetap.
5. Koefisien regresi X4 sebanyak 0,162 menjelaskan bila tiap pertambahan 1 nilai Emphaty, maka nilai Kepuasan Penumpang bertambah sebanyak 0,162 dan asumsi variabel lain bernilai tetap.
6. Koefisien regresi X5 sebanyak 0,360 menjelaskan bila tiap pertambahan 1 nilai Assurance, maka nilai Kepuasan Penumpang bertambah sebanyak 0,360 dan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk menerangkan seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel independen kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan penumpang. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.362	1.18245

a. Predictors: (Constant), Assurance X5, Tangible (X1), Realibility X2, Responsiveness X3, Emphaty X4

Sumber : Olah Data SPSS, 2022

R Square atau R² menunjukkan koefisien determinasi. Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa besar persentase variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. Dharma....

Hasil analisis dengan bantuan program SPSS Statistics 22 diperoleh $R^2 = 0,416$ dapat diartikan bahwa pengaruh variabel Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Emphaty (X4), dan Assurance (X5) terhadap Kepuasan Penumpang (Y). Sebesar 41,6%. Sedangkan sisanya 54,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti marketing mix, daya beli, ekuitas merk, citra perusahaan, dll.

Discussion

Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Penumpang.

Dari hasil analisis data statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung $>$ t tabel ($2,124 > 2,004$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,002 < 0,05$), ini membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara Tangible terhadap Kepuasan Penumpang penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Artinya bahwa Tangible berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penumpang. wujud fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang karena ruangan disetiap area kapal dibuat nyaman mungkin untuk keberadaan penumpang pada saat berada dikapal.

Pengaruh Realibility terhadap Kepuasan Penumpang.

Dari hasil analisis data secara statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung $<$ t tabel ($2,343 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara Realibility terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Ini membuktikan bahwa Realibility berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penumpang. keandalan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang karena perusahaan menyampaikan informasi jasa kapal secara tepat dan akurat.

Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Penumpang.

Dari hasil analisis data secara statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung $<$ t tabel ($0,224 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,823 > 0,05$), sehingga membuktikan tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara Responsiveness terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Ini membuktikan bahwa Responsiveness berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penumpang. daya tanggap tidak memiliki pengaruh kepuasan penumpang dikarenakan ada nya keluhan terkait kesiapan karyawan melayani penumpang kapal.

Pengaruh Emphaty terhadap Kepuasan Penumpang.

Dari hasil analisis data secara statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung $<$ t tabel ($0,896 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,374 > 0,05$), sehingga membuktikan tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara Emphaty terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Ini membuktikan bahwa Emphaty berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penumpang. empathy tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang dikarenakan komunikasi yang kurang tepat pada saat penumpang meminta informasi.

Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Penumpang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. Dharma....

Dari hasil analisis data secara statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,968 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,004 < 0,05$), sehingga membuktikan tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara Assurance terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Ini membuktikan bahwa Assurance berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penumpang.

Pengaruh Tangible, Realibility, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance terhadap Kepuasan Penumpang.

Dari hasil analisis data statistik, dan hasil f tabel dimana, $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($7,700 > 2,37$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), ini membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antar Tangible, Realibility, Responsiveness, Emphaty, Assurance terhadap Kepuasan Penumpang penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar .

SIMPULAN

Secara parsial, Tangible berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,124 > 2,004$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,002 < 0,05$). Secara parsial, Realibility berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,343 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Secara parsial Responsiveness tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,224 > 2,004$) dan tidak signifikan $> 0,05$ ($0,0823 > 0,05$). Secara parsial, Emphaty tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,896 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,374 > 0,05$). Sedangkan secara parsial, Assurance tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,968 > 2,004$) dan signifikan $> 0,05$ ($0,004 < 0,05$).

Secara simultan Tangible, Realibility, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Kantor PT. Dharma Lautan Utama Cabang Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji f, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($7,700 > 2,37$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Referensi :

- Eunike A.M Warong, 2015, Skripsi, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pelabuhan Indonesia Iv (Persero) Terminal Petikemas Bitung.
- MARWA, 2019, Skripsi, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Peln Pelabuhan Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat.
- Muhammad Isa, H. Aswadi Lubis, Marliana Caniago, 2019, Jurnal, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga