



**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
JASA KEPELABUHANAN PELINDO I**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**RODIMAMSYAH**

**1715310444**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

**MEDAN**

**2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : RODIMAMSYAH  
 NPM : 1715310444  
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
 JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
 JUDUL SJRIPSI : PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
 TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
 JASA KEPELABUHANAN PELINDO I

MEDAN, SEPTEMBER 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(RAMADHAN HARA HAP, S.E., S. Psi., M.Si) (Dr. ONNY MEDALINE, S.H., M.kn)

DEKAN



PEMBIMBING I

(MIFTAH EL FIKRI, S.E., M.Si)

PEMBIMBING II

(ANNISA SANNY, SE, M.M)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH  
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN

**PERSETUJUAN UJIAN**

NAMA : RODIMAMSYAH  
NPM : 1715310444  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
JASA KEPELABUHANAN PELINDO 1

MEDAN, SEPTEMBER 2021

KETUA

(Drs. MANUNTUN PAKPAHAN, MM)

ANGGOTA I

(MIPTAH EL FIKRI, SE., M.Si)

ANGGOTA II

(ANNISA SANNY, SE., MM)

ANGGOTA III

(NURAFRINA SIREGAR, SE., M.Si)

ANGGOTA IV

(MESRA B, SE., MM)

## SURAT PERNYATAAN PENULIS SKRIPSI

Nama (Penulis) : Rodimamsyah  
 NPM : 1715310444  
 Tempat/Tgl Lahir : Medan / 25 April 1992  
 Agama : Islam  
 Alamat : Jalan Kawat VII Komplek Graha Alumunium Blok B 12  
 Nama Ibu Kandung : Rusmiati  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap  
 Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepclabuhanan  
 Pelindo I  
 Waktu penelitian : Dari tanggal 3 September 2020 sd tanggal 3 Agustus 2021

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Skripsi ini adalah hasil karya penulis sendiri dan dibuat untuk memperoleh sarjana di Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Pembimbing skripsi penulis atas nama Miftah El Fikri, SE.,M.Si berhak mempublikasi, merevisi dan mengembangkan skripsi penulis.
3. Penulis mendapat izin mengambil data dari sumber data yang tertulis di skripsi khususnya perusahaan.
4. Penulis bersedia menjaga nama baik Universitas Pembangunan Panca Budi dan mengabdikan ilmu dari skripsi tersebut.
5. Bersedia dicabut gelar kesarjanaan, apabila di dalam skripsi ini ada dan timbul masalah plagiat serta hukum dengan pihak eksternal dan karya penulis lainnya.
6. Universitas Pembangunan Panca Budi dan segala unsur di dalamnya khususnya dosen pembimbing dibebaskan dan tidak bertanggung jawab apabila masalah di dalam poin 5 terjadi.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Medan, September 2021

Hormat saya



  
 Rodimamsyah  
 1715310444

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rodimamsyah  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/25 April 1992  
NPM : 1715310444  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : Jalan Kawat VII Komplek Graha Alumunium Blok B12

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, September 2021

Yang membuat pernyataan



(Rodimamsyah)



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : RODIMAMSYAH  
 Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN, 25 April 1992 / 25 April 1992  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310444  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 141 SKS, IPK 3.64  
 Nomor Hp : 082165983354  
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo I

catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Met Yang Tidak Perlu



Rektor I,

( Cahyo Pramono, S.E., M.M. )

Medan, 19 Februari 2021

Pemohon,

( Rodiman Syah )

Tanggal : .....

Disahkan oleh :  
Dekan

( Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing I

( Niftah El Fikri, SE., M.Si )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :  
Ka. Prodi Manajemen

( Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing II

( Annisa Sanny, SE., MM )



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

## LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RODIMAMSYAH  
NPM : 1715310444  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Miftah El Fikri, SE.,M.Si  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo I

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
20 November 2020	tolong diperbaiki penomoran bab ny ...	Revisi	
13 Januari 2021	Silahkan diperiksa kembali 1. Faktor kepuasan yg lain yng salah satunya adalah kemudahan 2. Skala likert 1- 6 (saya kirim referensinya) 3. Defenisi operasional gabungkan jadi satu tabel besar	Revisi	
13 Januari 2021	Referensi skala likert	Revisi	
13 Januari 2021	contoh dfenisi operasional	Revisi	
28 Januari 2021	Aslkm dek bagaimana progress skripsinya? jagn terlalu sibuk dikantor kan sedikit lagi itu	Revisi	
09 Februari 2021	Selamat ya bro silahkan daftar proposal...kita lanjutkan kuesionernya	Disetujui	
09 Februari 2021	Ini berita acara nya bro ...lanjut ke kuesioner	Disetujui	
09 Februari 2021	ini contohnya bro	Revisi	
11 Juni 2021	Assalamualaikum, udah gimana dek kelanjutan skripsinya...kok gak ada lagi menghubungi saya, apa masalahnya? gimana penyebaran kuesionernya	Revisi	
03 Agustus 2021	selamat ya bro	Disetujui	
03 Agustus 2021	Berita acara rodi	Disetujui	
06 September 2021	Selamat ya bro	Disetujui	

Medan, 11 September 2021  
Dosen Pembimbing,



Miftah El Fikri, SE.,M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
 MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

## LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RODIMAMSYAH  
 NPM : 1715310444  
 Program Studi : Manajemen  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
 Dosen Pembimbing : Annisa Sanny, SE., MM  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelembagaan Pelindo I

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
09 Februari 2021	Perbaiki penulisan halaman, Tambahkan Daftar Isi Tambahkan Kata Pengantar Tambahkan Daftar Pustaka	Revisi	
17 Februari 2021	ACC Seminar Proposal	Disetujui	
04 Agustus 2021	Revisi sesuai koreksi	Revisi	
04 Agustus 2021	Acc Meja Hijau	Disetujui	
06 September 2021	ACC Jilid Lux	Disetujui	

Medan, 11 September 2021  
 Dosen Pembimbing,



Annisa Sanny, SE., MM

## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Pius Muharram Rifonga, BA., MSc

No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------



**YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA**  
**PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 227/PERP/BP/2021**

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan  
ma saudara/i:

: RODIMAMSYAH

: 1715310444

/Semester : Akhir

as : SOSIAL SAINS

n/Prodi : Manajemen

sannya terhitung sejak tanggal 03 Agustus 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku  
us tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 03 Agustus 2021

Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan



Rahmad Budi Utomo, ST.,M.Kom

Dokumen : FM-PERPUS-06-01

visi : 01

L Efektif : 04 Juni 2015

Analyzed document: RODIMAMSYAH\_1715310444\_MANAJEMEN.docx License: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License03

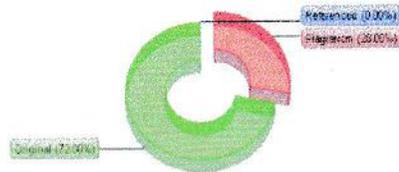
Comparison: [Presets](#) [Rewrite](#) [Detected language](#)

[Check type](#) [Internet Check](#)



Display document body analysis:

[Relation chart](#)



[Detailed view graph](#)



[Top sources of plagiarism](#) 61

Selasa, 6 September 2021

Jilid Lux



Miftah El Fikri, S.E., M.Si



**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
JASA KEPELABUHANAN PELINDO I**

**SKRIPSI**

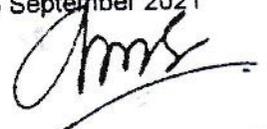
Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**RODIMAMSYAH**

**1715310444**

ACC Jili Lux  
6 September 2021



Annisa Sanny, SE., MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 17 September 2021  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RODIMAMSYAH  
 Tempat/Tgl. Lahir : Medan / 25 April 1992  
 Nama Orang Tua : ALM. TETAP ARDIONO  
 N. P. M : 1715310444  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Program Studi : Manajemen  
 No. HP : 082165983354  
 Alamat : Jalan Aluminium I Gg Haji Mansyur 5 Lk 15 Tanjung  
 Mulia Medan Deli

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo I, Selanjutnya saya menyatakan :

- Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
- Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
- Telah tercap keterangan bebas pustaka
- Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
- Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
- Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkrip sebanyak 1 lembar.
- Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
- Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk pengujian dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dan pembimbing, prodi dan dekan
- Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
- Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
- Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
- Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,750,000</b>

Ukuran Toga : L

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn  
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



Hormat saya



RODIMAMSYAH  
 1715310444

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

## ABSTRAK

---

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui lebih jelas bagaimana pengaruh kemudahan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa kepelabuhanan PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero). Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel Non Probability sampling jenis purposive yaitu teknik penarikan sampel dengan kriteria sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria penarikan sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan terdaftar, perusahaan telah menggunakan jasa kepelabuhanan PT. Pelindo I (Persero) minimal 2 kali dan perusahaan pernah melakukan komplain karena adanya ketidakpuasan.

Pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner / angket kepada responden 92 pelanggan perusahaan. Model yang digunakan dengan Regresi Berganda dan diolah melalui SPSS Ver, 22.0. Hasil dari gabungan variabel kemudahan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai koefisien Fhitung > Ftabel  $5,296 > 3,10$  pada signifikan  $0.007 < 0.05$ ), maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Bahwa angka R Square 0,106 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 10,6% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kemudahan dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya  $100\% - 10,6\% = 89.4\%$  dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti faktor promosi, harga dan variabel lainnya.

**Kata Kunci: Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

---

*This study aims to examine and find out more clearly how the effect of convenience and service quality on customer satisfaction using the port services of PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero). This research was conducted using a non-probability sampling technique purposive sampling, namely a sampling technique with criteria in accordance with the research objectives. The sampling criteria in this study are registered companies, the company has used the port services of PT. Pelindo I (Persero) at least 2 times and the company has complained because of dissatisfaction.*

*Collecting data by distributing questionnaires / questionnaires to 92 respondents to the company's customers. The model used with Multiple Regression and processed through SPSS Ver, 22.0. The results of the combined convenience and service quality variables simultaneously (simultaneously) have a significant effect on customer satisfaction (coefficient value  $F_{count} > F_{table}$   $5,296 > 3,10$  at significant  $0.007 < 0.05$ ), then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. That the number  $R$  Square 0.106 which can be called the coefficient of determination which in this case means 10.6% customer satisfaction can be obtained and explained by the ease and quality of service. While the remaining  $100\% - 10.6\% = 89.4\%$  is explained by other factors or variables outside the model, such as promotion factors, prices and other variables.*

***Keywords: Convenience, Service Quality, and Customer Satisfaction***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr.Wb

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan KaruniaNya yang tiada tara kepada kita semua terutama kepada penulis, dan sholawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis baik dalam penulisan, bentuk dan isi Penyusunan Skripsi ini yang bertujuan untuk kesempurnaan, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, SE, MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H., M.kn Sebagai Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi., M.Si Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Miftah El Fikri, SE., M.Si Sebagai Dosen pembimbing I yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Annisa Sanny, SE, M.M Sebagai Dosen pembimbing II yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis dibangku kuliah sampai dengan selesai.
7. Pimpinan PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan, yang telah memberikan waktunya dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis.
8. Yang Teristimewa Kedua Orang Tua, Alm. Bapak Tetap Ardiono dan Alm. Ibu Rusmiati tercinta serta Istriku Nuril Fitri Rizkiani dan kedua anak-anakku Rafiq Abid Syah dan Nazhif Albiruni Syah tercinta , terima kasih yang tak terhingga atas doa, semangat, kasih sayang, pengorbanan dan ketulusannya dalam mendampingi penulis. Sehingga Penulis termotivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penyusunan Skripsi ini, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

*AamiinnYaRabbal'alaminn*

Medan, Agustus 2021  
Penulis

RODIMAMSYAH  
1715310444

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
	A. Latar Belakang .....
	1
	B. Identifikasi Masalah.....
	7
	C. Batasan dan Rumusan Masalah .....
	7
	1. Batasan Masalah .....
	7
	2. Rumusan Masalah .....
	8
	D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....
	8
	1. Tujuan Penelitian .....
	8
	2. Manfaat Penelitian .....
	9
	E. Keaslian Penelitian .....
	9
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>
	A. Uraian Teori .....
	11
	1. Kepuasan Pelanggan .....
	11
	2. Kemudahan .....
	17
	3. Kualitas Pelayanan .....
	20
	B. Penelitian Terdahulu .....
	24
	C. Kerangka Konseptual.....
	26
	1. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan .....
	26
	2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....
	27
	3. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....
	28
	D. Hipotesis .....
	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>
	A. Pendekatan Penelitian .....
	30
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....
	30
	C. Jenis dan Sumber Data.....
	31
	D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....
	31
	E. Populasi dan Sampel .....
	35
	F. Teknik Pengumpulan Data .....
	36
	G. Analisis Data .....
	38
	1. Persamaan Penelitian .....
	38

	2. Uji Kelayakan Data .....	39
	3. Uji Asumsi Klasik .....	40
	4. Uji Pengaruh .....	41
	5. Uji Koefisien Determinasi .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	45
	B. Hasil Penelitian .....	57
	1. Uji Karakteristik.....	57
	2. Uji Kelayakan .....	63
	3. Uji Asumsi Klasik.....	68
	4. Persamaan Penelitian .....	72
	5. Uji Pengaruh .....	73
	6. Uji Koefisien Determinasi .....	75
	C. Pembahasan .....	75
	1. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	75
	2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	77
	3. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	80
	B. Saran .....	81

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	32
Tabel 3.3 Skala Likert .....	37
Tabel 4.1 Crosstabb Segmen jasa yang sering di gunakan dan Angkutan yang dipakai untuk Bongkar Muat .....	57
Tabel 4.2 Crosstabb Kategori Perusahaan dan Segmen Jasa yang Sering di gunakan.....	57
Tabel 4.3 Crosstabb Status Usia Langganan dan Berapa Kali Frekuensi .....	58
Tabel 4.4 Crosstabb Segmen Jasa Yang Sering digunakan dan Kategori Perusahaan.....	59
Tabel 4.5 Pernyataan Variabel Kemudahan (X1) .....	59
Tabel 4.6 Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	60
Tabel 4.7 Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	61
Tabel 4.8 <i>Item-Total Statistic</i> Variabel Kemudahan (X1) .....	63
Tabel 4.9 <i>Item-Total Statistic</i> Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	64
Tabel 4.10 <i>Item-Total Statistic</i> Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	66
Tabel 4.11 <i>Reliability Statistic</i> .....	68
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.13 Uji Parsial / Uji t .....	72
Tabel 4.14 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	73
Tabel 4.15 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	74
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi .....	75

**DAFTAR GAMBAR****Halaman**

Gambar 2.1	Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	27
Gambar 2.2	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 3.1	Kurva Distribusi Hipotesis .....	42
Gambar 3.2	Kriteria Pengujian Hipotesis .....	44
Gambar 4.1	Logo PT Pelindo I (Persero) .....	47
Gambar 4.2	Filosofi Bentuk .....	48
Gambar 4.3	Filosofi Logotype .....	48
Gambar 4.4	Color Concept Color Harmony .....	49
Gambar 4.5	Struktur Organisasi PT Pelindo I (Persero).....	56
Gambar 4.6	Uji Normalitas Histogram .....	69
Gambar 4.7	Uji Normalitas PP Plot .....	69
Gambar 4.8	<i>Scatterplot Uji Heterokedastisitas</i> .....	71

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Negara kesatuan Republik Indonesia sebagai Negara kepulauan yang terdiri dari ribuan pulau, maka untuk menghubungkan pulau-pulau tersebut mutlak diperlukan sarana dan prasarana perhubungan darat, laut dan udara. Eksistensi sub sektor perhubungan laut merupakan salah satu aktivitas yang sangat menentukan dalam rangka mewujudkan cita-cita pembangunan yang menghendaki kesatuan teknologi, politik, ekonomi, sosial budaya pengetahuan yang terakumulasi dalam mempertahankan nusantara.

Di masa sekarang ini dimana era perdagangan bebas kian menjadi konsep ekonomi yang dianut oleh banyak negara di dunia termasuk Indonesia. Perdagangan bebas dapat diartikan dengan penjualan produk antar negara tanpa pajak ekspor-impor atau hambatan perdagangan lainnya. Dengan diterapkannya perdagangan bebas di Indonesia maka arus barang dari atau ke Indonesia akan meningkat tajam. Oleh karena itu sarana transportasi yang efisien dan efektif sangat penting dalam rangka menciptakan biaya (*cost*) operasional angkutan pada tingkat minimum.

Pelabuhan menjadi sarana paling penting untuk menghubungkan antar pulau maupun antar negara. Pelabuhan merupakan salah satu rantai perdagangan yang sangat penting dari seluruh proses perdagangan, baik itu perdagangan antar pulau maupun internasional. Sebagai bagian dari sistem transportasi, pelabuhan memegang peranan penting dalam perekonomian. Pelabuhan dapat berperan dalam merangsang pertumbuhan kegiatan ekonomi, perdagangan, dan industri dari

wilayah pengaruhnya. Namun pelabuhan tidak menciptakan kegiatan tersebut, melainkan hanya melayani tumbuh dan berkembangnya kegiatan tersebut.

Kegiatan-kegiatan seperti itulah yang meningkatkan peran pelabuhan dari hanya sebagai tempat berlabuhnya kapal menjadi pusat kegiatan perekonomian. Secara prinsip hubungan kegiatan pembangunan oleh manusia di laut tidak dapat dipisahkan dengan di pantai bahkan di darat seluruhnya. Pelabuhan menjadi sarana bangkitnya perdagangan antar pulau bahkan perdagangan antar negara, pelabuhan pada suatu daerah akan lebih menggairahkan perputaran roda perekonomian, berbagai jenis usaha akan tumbuh mulai dari skala kecil sampai dengan usaha skala internasional, harga-harga berbagai jenis produk akan lebih terjangkau mulai dari produksi dalam negeri sampai dengan luar negeri. Pelabuhan yang bertaraf internasional akan mengundang investor dalam dan luar negeri untuk menanamkan modal yang bermuara pada tumbuhnya perekonomian rakyat, mobilitas manusia dari berbagai penjuru akan hadir dan meninggalkan dana yang banyak.

PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa khususnya jasa kepelabuhanan di Indonesia. Perusahaan ini merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk Persero. Perusahaan ini merupakan salah satu Badan Usaha yang dikelola oleh Negara, dengan tujuan didirikannya adalah mencari keuntungan dan memberikan pelayanan kepada umum dimana keseluruhan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah. PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan didirikan pada tahun 1960 yang berfungsi untuk memberikan layanan jasa kepelabuhanan dan sebagai solusi pemerintah dalam pengelolaan pelabuhan umum di Indonesia.

Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan kepelabuhanan yang terbesar di Indonesia. Walaupun telah menjadi perusahaan yang besar dan berkembang tentu saja masih banyak hambatan yang dialami perusahaan. Serta dengan adanya peraturan UU No. 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran akan berdampak munculnya pesaing baru, saat ini PT. Pelindo I (Persero) fokus untuk melakukan perbaikan dan pembenahan agar dapat secara optimal memanfaatkan peluang yang ada untuk memperkuat bisnis yang dijalankan.

Salah satu tingkat kemajuan PT. Pelindo I (Persero) bisa dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan atas kemudahan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan konsep dalam pemasaran yang berarti sikap pelanggan kepada PT. Pelindo I (Persero) sebagai penyedia jasa pelabuhan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat puas tidaknya yang dirasakan pelanggan terhadap suatu jasa yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Kotler (2016 hal. 35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang atau gembira.

Pelanggan umumnya mengharapkan jasa yang diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Berdasarkan survey pendahuluan yang penulis lakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Pelindo I (Persero) yang masih merasa belum puas atas pelayanan yang diterima pelanggan, diantaranya Pelanggan merasa sistem dalam pembayaran terkadang terjadi error sistem dan jaringan yang tidak stabil, hal ini menyebabkan terjadinya sistem pembayaran (*internet billing system*) cukup lambat di akses dan terjadinya kelebihan pembayaran serta proses refund di perusahaan terkesan lama.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya dengan pemberian kemudahan dalam hal mengakses informasi dan transaksi serta berinteraksi dengan pegawai perusahaan. Kemudahan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah kemudahan yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Kemudahan-kemudahan yang mungkin ditawarkan oleh produsen, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam berkomunikasi produsen. Menurut Jogiyanto (2013 hal. 115) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.

Kemudahan dalam menggunakan produk atau jasa yang diberikan, Menurut Irawan (2012 hal 39) pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Sedangkan jika dikaitkan dengan kemudahan penggunaan. Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem teknologi merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem di akses dan jaringan sistem stabil tersebut dalam

mengakses dan penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut.

Dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa hal yang menghambat yang dirasakan oleh pelanggan PT Pelindo I (Persero) dalam melakukan transaksi atas pembayaran untuk pelayanan jasa kepelabuhanan, dimana Pelanggan merasa belum puas dengan sistem pembayaran (*internet billing sistem*) di perusahaan, karena dirasakan cukup lambat untuk di akses di karenakan sistem error dan jaringan tidak stabil.

Selain faktor kemudahan, dalam kualitas pelayanan juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang berkualitas sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung membuat kepuasan pelanggan akan terwujud.

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Setiap konsumen mempunyai harapan tersendiri disaat memutuskan untuk memilih tempat penyedia jasa yang dibutuhkan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2016) dimana kualitas

pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal.

Dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa hal yang dirasakan oleh pelanggan dalam pemberian pelayanan yang belum dilakukan optimal, dimana hal ini terbukti dengan masih ada beberapa pelanggan yang masih mengeluh atas pelayanan yang diberikan perusahaan, dimana beberapa pelanggan mengeluh karyawan yang kurang tanggap, dan kurang cepat terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan jasa.

Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan kemudahan dan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Berdasarkan fenomena, survey dan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dapat diidentifikasi masalah mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Pelanggan merasa sistem dalam pembayaran terkadang terjadi error sistem, hal ini menyebabkan terjadinya kelebihan pembayaran di nota tagihan dan proses refund di perusahaan terkesan lama.
2. Pelanggan merasa belum puas dengan sistem pembayaran di perusahaan, karena dirasakan cukup lambat untuk di akses karena jaringan sistem tidak stabil.
3. Masih ada beberapa pelanggan yang masih mengeluh atas pelayanan yang diberikan perusahaan, dimana beberapa pelanggan mengeluh karyawan yang kurang tanggap dan kurang cepat terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan jasa.

## **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka penulis memfokuskan penelitian atau membatasi masalah dengan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya kemudahan dan kualitas pelayanan.

## **2. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan judul yang penulis kemukakan diatas maka, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1?
- c. Apakah kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara serempak (simultan) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.
- b. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.
- c. Untuk mengetahui apakah Kemudahan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara serempak (simultan) terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis bagi PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) sebagai bahan masukan untuk menyempurnakan ketentuan yang telah di gariskan.
- b. Bagi pihak peneliti sebagai sarana untuk memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan di bidang kemudahan dan kualitas pelayanan khususnya pada topik penelitian yang di teliti, sehingga dapat dipahami dan bagaimana teori dan literatur yang ada terhadap praktek yang sesungguhnya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi untuk melakukan penelitian dan pengembangan.

### **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian merupakan replikasi dari penelitian Emmywati (2016) yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur”. Sedangkan penelitian yang dilakukan berjudul “Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1”. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada:

1. Variabel: penelitian yang dilakukan sebelumnya dilakukan dengan variabel kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas sebagai variabel independen, kepuasan konsumen

sebagai variabel dependen. sedangkan penelitian ini di lakukan dengan variabel kemudahan dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

2. Observasi: penelitian terdahulu dilakukan di Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. Sedangkan penelitian ini di lakukan di PT Pelabuhan Indonesia I (Persero).
3. Waktu penelitian: penelitian terdahulu dilakukan tahun 2016. Sedangkan penelitian ini dilakukan tahun 2021.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan pelanggan, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan konsumen menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Menurut Tjiptono (2016 hal.349) mengemukakan bahwa: "Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa".

Menurut Sumarwan (2014 hal.322) mengemukakan bahwa: "Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut".

Menurut Kotler dan Keller (2016 hal.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan

umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif pelanggan yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

#### **b. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2012) Ada lima faktor dalam menentukan kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.
- 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas

cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

- 3) Emosi, yaitu Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, yaitu Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.
- 5) Kemudahan, yaitu Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

### c. Metode Pengukuran Tingkat Kepuasan

Paling tidak ada empat metode yang banyak di pergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2012).

#### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya

untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak dan saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah di akses atau sering di lalui pelanggan), kartu komentar (yang biasa di isi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, *facebook* dan *Instagram*. Informasi – informasi yang di peroleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

## 2) *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibanding para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan. Ada baiknya para manajer terjun langsung sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana

karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggan. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian.

### 3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

### 4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung (McNeal & Lamb, dalam Peterson & Wilson, 1992). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

## **d. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012) perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan konsumen secara teratur karena

salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen. Menurut Kotler yang di tulis kembali dalam Kotler dan Keller (2012) mempertahankan konsumen merupakan hal penting daripada memikat konsumen. Oleh karena itu terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Membeli lagi;
- 2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya;
- 3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing;
- 4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama;
- 5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Tjiptono (2016) untuk mengukur sebuah variabel diperlukan dimensi dan indikator dari variabel tersebut. Kepuasan Konsumen memiliki dua dimensi yaitu:

- 1) Kinerja adalah hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen. Dalam penelitian ini dimensi kinerja memiliki indikator sebagai berikut:
  - a) Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dengan tepat.
  - b) Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani konsumen.
- 2) Harapan adalah perkiraan atau keyakinan konsumen mengenai apa yang akan diterimanya. Dimensi Harapan memiliki indikator yaitu: Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani konsumen dibandingkan dengan pesaing.

## 2. Kemudahan

### a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan bermakna tanpa kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Kemudahan menggunakan ini merujuk pada keyakinan individu yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Menurut Jogiyanto (2013 hal. 115). Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.

Menurut Harlan (2014 hal. 39) Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya. Sedangkan menurut Sakti, dkk. (2013 hal. 3) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Menurut Ahmad dan Pambudi (2014 hal. 4) kemudahan merupakan suatu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa

menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

**b. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kemudahan**

Menurut Pangih Rizki Dwi Istiarni (2014: 19-20) kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.
- 2) Faktor kedua adalah *reputasi* akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. *Reputasi* yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

### c. Indikator Kemudahan

Menurut Ahmad dan Pambudi (2014 hal 4) memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu:

1) Mudah untuk dipelajari (*easy to learn*).

Seperti halnya penggunaan ATM di indikasikan tidak sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan ATM, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara penarikan uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat.

2) Mudah untuk dioperasikan (*understandable*).

*Understandable* maksudnya adalah bahwa sesuatu cara yang sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.

3) Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do*).

*Easy to get the system to do what user want to do* misalnya suatu ATM menyediakan fasilitas yang mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakannya, bahkan ATM tersebut mengerjakan apa yang seseorang inginkan dengan mudah. Dengan adanya fasilitas yang menyediakan sesuai dengan kebutuhan seseorang, maka akan memudahkan seseorang dalam menggunakannya.

4) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi (*doesn't require a lot of mental effort*)

Seperti halnya penggunaan ATM diindikasikan bahwa tidak dibutuhkan banyak usaha, maksudnya yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika menggunakan teknologi.

5) Fleksibel (flexibel)

Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.

Menurut Tjiptono (2016 hal. 110) menyatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Lupiyoadi (2016 hal. 175) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi merek”.

Menurut Tjiptono & Chandra (2011), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*).

**b. Faktor - Faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016:157), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

**c. Karakteristik Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2011) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk fisik (barang).

Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat.

Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu mewujudkan yang tidak berwujud.

2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.

4) Mudah lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan, daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa di muka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

**d. Indikator Dan Dimensi Dari Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

1) Berwujud (*Tangible*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.

2) Empati (*Emphaty*)

Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

3) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

4) Keresponsifan (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.

5) Keyakinan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Menurut Tjiptono (2012: 135) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan: bebas dari bahaya fisik, risiko, atau keragu-raguan.
- 4) Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contohnya, fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representatif di bengkel.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan pada Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1 pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dengan tempat dan waktu penelitian yang berbeda, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Chandra Wijaya & Sesilya Kempa (2018)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada	Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Lazada. Dan keputusan pembelian juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk fashion di Lazada.
2	Annisa Nur Rahma (2020)	Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Khoyiir Store Tulungagung.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Satria Abdi Pratama Yudha (2019)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh baik secara simultan dan parsial antara variabel kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan

			secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4	Herri Affandi(2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah menunjukkan kesungguhan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,154. Faktor-faktor kualitas pelayanan secara parsial yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan.
5	Emmywati (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur	Hasil penelitian berdasarkan uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas kenyamanan dan keamanan berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mempunyai korelasi yang paling besar dibandingkan variable bebas lainnya. Variabel kenyamanan, kemudahan, keamanan dan fasilitas mempunyai hubungan kuat dan searah terhadap kepuasan konsumen.
6	Bunga Windy Antika & Anik Lestari Andjarwati (2016)	Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap <i>Word Of Mouth</i> Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen OLX Di Surabaya)	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Kemudahan pada situs OLX.co.id terhadap Kepuasan pelanggan.

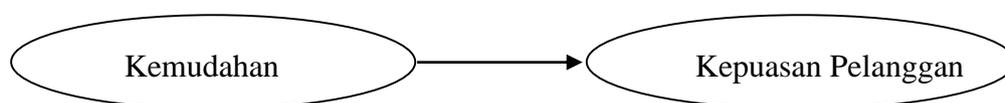
Sumber: Penulis (2021)

## C. Kerangka Konseptual

### 1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kemudahan adalah apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang dalam bekerja dibanding mengerjakan secara manual. Pengguna sistem informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Kemudahan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah kemudahan yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Kemudahan-kemudahan yang mungkin ditawarkan oleh produsen, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam berkomunikasi produsen. Kemudahan dalam menggunakan produk yang diberikan oleh suatu jenis jasa. Menurut Irawan (2012 hal 39) pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa.



**Gambar 2.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

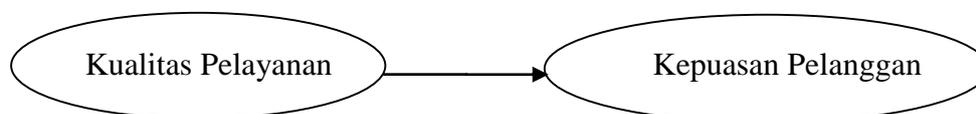
*Sumber: Penulis (2021)*

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan konsumen/pengunjung dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka.

Dengan kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml (2012 hal. 121) bahwa pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Menurut Tjiptono (2016) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.



**Gambar 2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

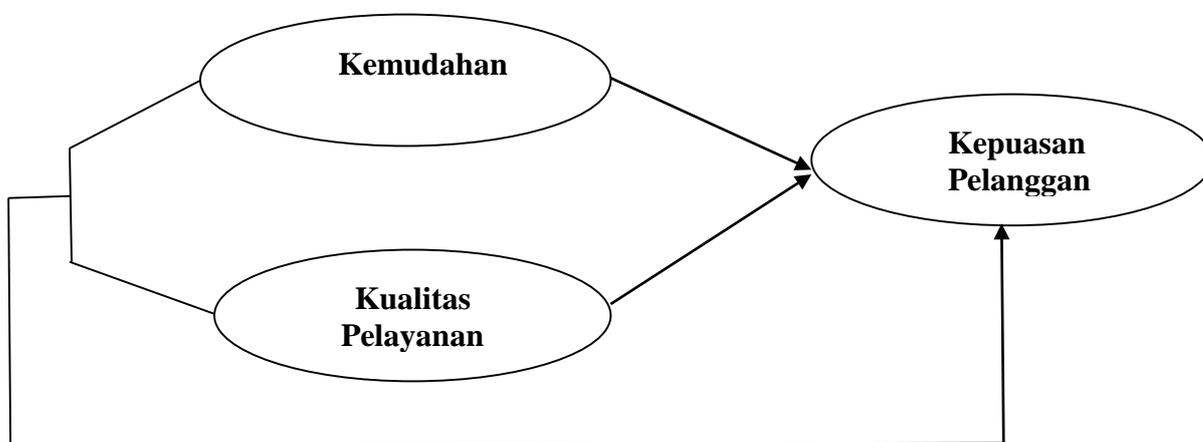
*Sumber: Penulis (2021)*

### **3. Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap kualitas jasa dan citra perusahaan yang buruk, maka pelanggan tersebut akan meninggalkan perusahaan untuk mencari dan mencoba jasa dari perusahaan lain dan

kemudian membandingkannya atau mereka benar-benar pergi meninggalkan perusahaan dan tidak ingin kembali lagi.

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya, Peneliti Annisa Nur Rahma (2020) dengan judul Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai *Variabel Intervening* Pada Khoyiir Store Tulungagung., dengan hasil penelitian diperoleh bahwa Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka konseptual dalam penelitian ini, sebagai berikut:



**Gambar 2.3 Kerangka Konseptual**

*Sumber: Penulis (2021)*

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis diartikan suatu jawaban yang sementara terhadap suatu permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Menurut Sugiyono (2013), perumusan hipotesis merupakan langkah ketiga

dalam penelitian setelah mengemukakan kerangka berpikir dan landasan teori. Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis disusun dan diuji untuk menunjukkan benar atau salah dengan cara terbebas dari nilai dan pendapat peneliti yang menyusun dan mengujinya. Berdasarkan pada kerangka konseptual dan landasan teori di atas maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.
3. Kemudahan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara serempak (*simultan*) terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo 1.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2013: 5) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan, Sumatera Utara. Jl. Lingkar Pelabuhan No.1 Belawan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan oleh peneliti yang dimulai pada bulan September 2020 sampai dengan September 2021, dengan rincian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

No	Aktivitas	Bulan/Tahun						
		Sept 20	Jan 21	Feb 21	Mar 21	Jul 21	Aug 21	Sept 21
1	Riset Awal/Pengajuan Judul							
2	Penyusunan Proposal							
3	Perbaikan/Acc Proposal							
4	Seminar Proposal							
5	Pengolahan Data							
6	Penyusunan Skripsi/Bimbingan Skripsi							
7	Sidang Meja Hijau							

Sumber: Penulis (2021)

### C. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Data yang diperoleh bersifat kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala *numeric* atau angka.

#### 2. Sumber Data

Sumber data menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh peneliti.

### D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

#### 1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas yang terdiri dari variabel kemudahan dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat terdiri dari kepuasan pelanggan.

#### 2. Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian. yang menjadi definisi operasional adalah:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Definisi Indikator
Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Kemudahan merupakan suatu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Ahmad dan Pambudi, 2014 hal. 4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>)</li> <li>2. Mudah untuk dioperasikan (<i>understandable</i>)</li> <li>3. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>easy to get the system to do what user want to do</i>).</li> <li>4. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi (<i>doesn't require a lot of mental effort</i>)</li> <li>5. Fleksibel (<i>flexibel</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>) yaitu seseorang yang pertama kali melakukan sesuatu langsung mengerti dan paham dengan cara yang diberikan</li> <li>2. Mudah untuk dioperasikan (<i>understandable</i>) bahwa sesuatu cara yang sangat mudah untuk dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya</li> <li>3. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>easy to get the system to do what user want to do</i>) yaitu mengerjakan apa yang seseorang inginkan dengan mudah sesuai dengan kebutuhan orang yang menggunakannya</li> <li>4. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi (<i>doesn't require a lot of mental effort</i>) yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika menggunakan teknologi</li> </ol>

			5. Fleksibel ( <i>flexibel</i> ) yaitu kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi merek. Lupiyoadi (2016 hal. 175)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan (<i>assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>empathy</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) yaitu Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan dalam menyajikan kualitas layanan terhadap konsumen</li> <li>2. Keandalan (<i>reliability</i>) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya</li> <li>3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas</li> <li>4. Jaminan (<i>assurance</i>) adalah pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan</li> </ol>

			<p>untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan</p> <p>5. Empati (<i>empathy</i>) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen</p>
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler dan Keller, 2016 hal. 35)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Re-purchase</i></li> <li>2. Menciptakan <i>Mouth-of-Mouth</i></li> <li>3. Menciptakan Citra Merek</li> <li>4. Menciptakan keputusan Pembelian</li> <li>5. Kepuasan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Re-purchase</i> yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa</li> <li>2. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> yaitu dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain</li> <li>3. Menciptakan Citra Merek yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing</li> <li>4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.</li> <li>5. Kepuasan keseluruhan dengan barang (<i>over all</i></li> </ol>

			<i>satisfaction with product</i> ) Tingkatan di mana hasil kinerja pemberi jasa sangat baik.
--	--	--	--

Sumber: Penulis (2021)

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Manullang & Pakpahan, 2014:75). Dalam pengertian Populasi diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa populasi digunakan untuk menentukan besaran populasi yang akan di teliti.

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan perusahaan yang menggunakan jasa Kepelabuhanan Pelindo 1 sebanyak 1.206 pelanggan perusahaan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yg diharapkan dapat mewakili Populasi penelitian. Agar informasi yang diperoleh dari sampel yang benar dapat mewakili populasi sampel tersebut (Manullang & Pakpahan, 2014:75). Penelitian ini dibuat penulis menggunakan teknik penarikan sampel secara *Non Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling* yaitu memilih sample dari populasi berdasarkan pertimbangan tertentu baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah (Manullang & Pakpahan, 2014:75).

Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1.206 pelanggan

Kepelabuhanan Pelindo 1. Dimana jumlah sampel yang digunakan berdasarkan dengan rumus *slovin* yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$e^2$  =Standar Error (10 %)

Jumlah pelanggan terdaftar tahun 2019 = 1.206

Dengan menggunakan rumus diatas, jumlah populasi sebanyak 1.206 pelanggan dan  $e^2 = 10\%$ , maka dapat di ukur sampel menjadi 92 pelanggan.

## F. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah pengumpulan data dan informasi melalui arsip dan dokumentasi. Untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya, maka digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi berguna untuk memperoleh data tentang jumlah pelanggan dan data tentang gambaran umum pada Kepelabuhanan Pelindo 1 dan data-data lain yang mendukung.

### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan yang tujuannya untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti

ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2016 hal.194). Wawancara dilakukan secara lisan kepada Staf Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan pada PT. Pelindo I (Persero) untuk mendapatkan informasi yang ada, guna mempermudah penulis dalam melaksanakan penelitian.

### 3. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pelanggan objek penelitian yaitu pada Kepelabuhanan Pelindo 1 dengan menggunakan skala likert (*likert scake*). Menurut Sugiyono (2016 hal.132) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun jawaban alternative pertanyaan yang diberikan adalah dalam rentang jawaban mulai sangat setuju yang disarankan kepada responden menjawab dalam bentuk (√) checklist. Tabel 3.3 akan menjelaskan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.3 Skala Likert**

No	Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju	6
2	Setuju	5
3	Cukup Setuju	4
4	Kurang Setuju	3
5	Tidak Setuju	2
6	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Miftah El Fikri, dkk (2020 hal 534)*

### G. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016 hal.147) menyebutkan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis

data akan menggunakan teknik statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2016 hal.148), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Teknik analisa data dapat dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

### 1. Persamaan Penelitian

Hasil pengumpulan data akan dihimpun setiap variabel sebagai suatu nilai dari setiap responden dan dapat dihitung melalui program SPSS. Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik dan program SPSS untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini perhitungan statistik menggunakan Model Analisis Regresi dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

$X_1$  = Kemudahan

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu

### 2. Uji Kelayakan Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah percobaan terhadap data untuk menentukan apakah setiap butir pernyataan ataupun pertanyaan dapat

dimengerti dan dijawab dengan baik oleh responden. Pada uji validitas melihat nilai *Corrected Item Total Correlation* (CITC).

Hipotesis dalam pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut:

Nilai CITC  $<$  r tabel ( $n > 30$ )

Nilai CITC  $>$  r tabel ( $n > 30$ )

Pada penelitian ini nilai r tabel untuk  $N = 92$  dan  $df = 2$  ( $92 - 90$  variabel independen penelitian) pada uji hipotesis 2 arah (2 Tailed) adalah 0,205.

#### **b. Uji Realibilitas**

Uji Realibilitas alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten atau stabil dari ke waktu tidak boleh acak. Apabila jawaban terhadap indikator tersebut dengan acak, maka dikatakan “tidak reliabel”. Menurut Sugiyono (2013), untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butir-butir yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam bentuk kuisisioner tersebut. Realibilitas adalah suatu konstruk variabel yang dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar ( $>$ ) 0,60.

Dengan menerapkan rumus tersebut data yang tersedia maka dapat mengetahui suatu gambaran yang menjelaskan pengaruh ataupun hubungan antara variabel yang diteliti penulis tersebut. Berdasarkan data yg telah didapat kemudian diolah dan dianalisa selain menggunakan

rumus tersebut. Maka dapat dihitung dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.0 atau bantuan aplikasi *Software SPSS 23.0 For Windows* tersebut.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016 hal.147). Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2016 hal.88).

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Selain diukur dengan grafik *Scaterplot*, heteroskedastisitas dapat diukur secara sistematis dengan uji Glejser. Jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikansinya di

atas 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016 hal.96).

#### 4. Uji Pengaruh

##### a. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali. 2016). Dimana uji t mencari  $t_{hitung}$  dan membandikan dengan  $t_{tabel}$  apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen Adapun pengujiannya sebagai berikut:



##### 1) Pengujian

$H_0: r_{x_1y} = 0$ , artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a: r_{x_1y} \neq 0$ , artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

##### 2) Menghitung nilai signifikan t dengan rumus

$$\boxed{t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}}$$

Dimana:  $t$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = Koefisien korelasi =  $r_{x_1y}$

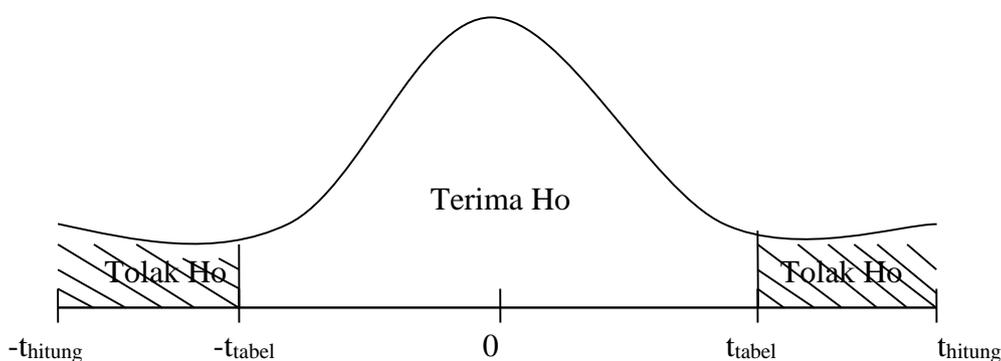
$n$  = Jumlah sampel = 92 pelanggan

##### 3) Kriteria pengujian hipotesis:

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- a) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Atau dapat dilihat dari distribusi kurva normal atas pengujian t adalah sebagai berikut :



**Gambar 3.1 Kurva Distribusi Hipotesis**

*Sumber: Penulis (2021)*

#### 4) Kesimpulan

Pengolahan data dalam hal ini menggunakan program komputer yang dapat dikatakan berpengaruh signifikan bila (variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen) jika nilai Signifikan  $< 5\%$ .

#### **b. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Dimana uji F mencari " $F_{hitung}$ " dan membandingkan dengan " $F_{tabel}$ ", apakah kemudahan dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan kepuasan pelanggan. Adapun pengujiannya sebagai berikut:

## 1) Pengujian

Ho: r artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha:  $\neq 0$ , artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Menghitung nilai signifikan  $F_{hitung}$  dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-2)}{(1-R^2) / (N-k)}$$

Dimana: N= jumlah sampel

k= jumlah variabel

R= koefisien korelasi ganda

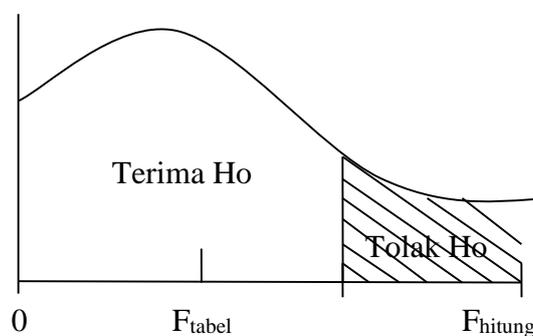
## 3) Kriteria pengujian hipotesis:

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

a) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka Ho diterima, artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Atau dapat dilihat dari distribusi kurva atas pengujian F adalah sebagai berikut :



**Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis**

Sumber: Penulis (2021)

#### 4) Kesimpulan

Pengolahan data dalam hal ini menggunakan program komputer yang dapat dikatakan berpengaruh signifikan bila (variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen) jika nilai Signifikan < 5%.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel penjelas yaitu kemudahan ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dalam menerangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelayanan ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Dimana: D = Koefisien Determinan  
R = Koefisien Variabel

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Umum**

PT Pelindo I (Persero) pada awalnya masa penjajahan Belanda adalah perusahaan dengan nama "Haven Bedrijf". Setelah kemerdekaan Republik Indonesia, pada periode 1945-1950, Perusahaan berubah status menjadi Jawatan Pelabuhan. Pada 1969, Jawatan Pelabuhan berubah menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan status Perusahaan Negara Pelabuhan disingkat dengan nama PNP.

Periode 1969-1983, PN Pelabuhan berubah menjadi Lembaga Pengusaha Pelabuhan dengan nama Badan Pengusahaan Pelabuhan disingkat BPP. Pada 1983, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 11 tahun 1983 Badan Pengusahaan Pelabuhan (BPP) dirubah menjadi Perusahaan Umum Pelabuhan I disingkat Perumpel I. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 56 tahun 1991 Perumpel I berubah status menjadi PT Pelabuhan Indonesia I (Persero).

Perubahan nama Perusahaan menjadi PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 Desember 1992 dari Imas Fatimah, S.H., Notaris di Jakarta dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. C2-8519.HT.01.01 tahun 1992 tertanggal 1 Juni 1992 serta telah diumumkan

dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 8612 tanggal 1 Nopember 1994, tambahan No. 87.

Berdasarkan Akta No. 207 tanggal 30 Juni 2014 yang dikeluarkan oleh Notaris Risna Rahmi Arifa, S.H., anggaran dasar Perusahaan mengalami perubahan dengan peningkatan modal dasar Perusahaan dari Rp 1.800.000.000.000 (Rp1,8T) yang terbagi atas 1.800.000 saham dengan nilai nominal Rp.1.000.000 per saham menjadi Rp 6.800.000.000.000 (Rp 6,8 triliun) yang terbagi atas 6.800.000 saham dengan nilai nominal Rp 1.000.000 per saham. Berdasarkan akta tersebut juga telah terjadi peningkatan modal disetor Perusahaan dari Rp 511.960.000.000 yang terbagi atas 511.960 saham dengan nilai nominal Rp 1.000.000 per saham menjadi Rp 1.700.000.000.000 yang terbagi atas 1.700.000 saham dengan nilai nominal Rp 1.000.000 per saham. Perubahan anggaran dasar tersebut telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU.05403.40.20.2014 tanggal 11 Juli 2014.

Perusahaan berkedudukan dan berkantor pusat di Jalan Lingkar Pelabuhan No. 1 Belawan, Sumatera Utara, Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 64 Tahun 2001, kedudukan, tugas dan kewenangan Menteri Keuangan selaku Pemegang Saham pada Persero/ Perusahaan Terbatas dialihkan kepada Menteri BUMN Republik Indonesia, sedangkan pembinaan Teknis Operasional berada ditangan Departemen Perhubungan Republik Indonesia dan dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Laut.

Sebelum tahun 2008, Perusahaan bergerak dalam bidang jasa kepelabuhanan, pelayanan peti kemas, dan depo peti kemas, usaha galangan kapal, pelayanan tanah, listrik dan air, pengisian BBM, konsolidasi dan distribusi termasuk hewan, jasa konsultasi kepelabuhanan dan pengusahaan kawasan pabean. Sejak tahun 2008, dalam rangka optimalisasi sumber daya maka Perusahaan dapat melakukan kegiatan usaha lain meliputi jasa angkutan, sewa dan perbaikan fasilitas, perawatan kapal dan peralatan, alih muat kapal, properti diluar kegiatan utama kepelabuhanan, kawasan industri, fasilitas pariwisata dan perhotelan, jasa konsultan dan surveyor, komunikasi dan informasi, konstruksi kepelabuhanan, ekspedisi, kesehatan, perbekalan, shuttle bus, penyelaman, tally, pas pelabuhan dan timbangan.

## 2. Logo Perusahaan



**Gambar 4.1 Logo PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero)**

*Sumber: Website Pelindo 1*

### **a. Arti dari lambang PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) tersebut adalah:**

Logo ini merupakan simbol Pelindo I yang bersemangat terus merupakan perubahan menjadi Global Company. Seiring dengan perubahan tersebut, Pelindo I terus mengembangkan bisnis dibidang logistik dan kepelabuhanan dengan berbasis value CIPTA dan nasionalisme yang menjadi kerja Pelindo I.



**Gambar 4.2 Filosofi Bentuk**

*Sumber: Website Pelindo 1*

**Lingkaran** : Bentuk ini melambangkan arah perubahan Pelindo I, yaitu menuju Global Company, menjadi salah satu pelabuhan yang mampu melayani pasar global dengan performa terbaik, menyeluruh dan berdedikasi luhur.

**Mata Panah** : Terus melakukan perubahan dan bergerak ke depan (*continue improving*), melesat menuju masa depan yang lebih baik lagi.

**Dynamic Movement** : Gerakan dinamis yang bersinergi untuk terus memberikan multiplier effects di bisnis kepelabuhanan dan logistic.



**Gambar 4.3. Filosofi Logotype**

*Sumber: Website Pelindo 1*

**Kontruksi Huruf** : Keteguhan dan semangat.

**Capital Case** : Kepercayaan diri.

**Warna Merah Putih** : Nasionalisme kerja.

**Nama Pelindo** : Identitas perusahaan dan semangat menjadi yang terdepan ( nomor 1 ) di bisnis ke Pelabuhan Indonesia.

Tagline Indonesia Gateway: Pintu menghubungkan Indonesia ke dalam dan keluar gerbang pintu masuk Indonesia penghubung kejalur perdagangan laut terpadu (Selat Malaka)



**Gambar 4.4. Color Concept Color Harmony**

*Sumber: Website Pelindo I*

Warna merah yang kuat memiliki sisi negatif karena identik dengan kekerasan dan kecemasan, di padukan dengan warna biru muda untuk menjaga keseimbangannya. Artinya meskipun kuat, tetap bijaksana. Perpaduan warna merah dan biru yang sudah seimbang di dukung dengan warna hijau yang menunjukkan keterbukaan dan mampu menyeimbangkan emosi. Artinya perpaduan ketiga warna ini mempresentasikan perusahaan yang kuat, namun tidak emosional serta mampu berkomunikasi dengan terbuka. Keberadaan warna putih bagus untuk menekan warna lain (merah, biru, hijau) yang artinya seluruh kegiatan di Pelindo I untuk mencapai visi harus tetap berisi pada kejujuran dan kerendahan hati (humble).

#### **b. Visi dan Misi Perusahaan**

##### **Visi**

Menjadi Gerbang Utama Indonesia ke Jaringan Logistik Global.

##### **Misi**

Menyediakan Jasa Kepelabuhanan & Maritim yang Handal & Terintegrasi dengan Kawasan Industri untuk Mendukung Jaringan

Logistik Indonesia & Global dengan Memaksimalkan Manfaat Ekonomi Selat Malaka.

### **c. Tata Nilai Perusahaan**

Tata Nilai yang berlaku diharapkan mampu mengantar Perusahaan mencapai Visi dan menjalankan Misi nya, yang dikenal sebagai AKHLAK.

- 1) Amanah: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan, melalui prilaku kunci: memenuhi janji dan komitmen, bertanggung jawab atas tugas dan keputusan dan tindakan yang dilakukan, serta berpegang teguh kepada nilai, moral dan etika;
- 2) Kompeten: Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas, melalui prilaku kunci: Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah, Membantu orang lain belajar dan Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik;
- 3) Harmonis: Saling peduli dan menghargai perbedaan, melalui prilaku kunci: Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya, Suka menolong orang lain serta Membangun lingkungan kerja yang kondusif;
- 4) Loyal: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara, melalui perilaku kunci: Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara b. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar c. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika;

- 5) Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam mengerakkan atau menghadapi perubahan, melalui perilaku kunci: Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik, terus-menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi dan bertindak proaktif;
- 6) Kolaboratif: Membangun kerjasama yang sinergis, melalui perilaku kunci: Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi, terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah serta menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.

Jasa kepelabuhan yang dapat dikelola oleh PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perusahaan meliputi:

- 1) Penyediaan dan/atau pelayanan kolam-kolam pelabuhan dan perairan untuk lalu lintas dan tempat-tempat berlabuhnya kapal;
- 2) Penyediaan dan/atau jasa-jasa yang berhubungan dengan pemanduan (pilotage) dan penundaan kapal;
- 3) Penyediaan dan/atau pelayanan dermaga dan fasilitas lain untuk bertambat, bongkar muat peti kemas curah cair, curah kering, multi purpose, barang termasuk hewan (general cargo), dan fasilitas naik turunnya penumpang dan/atau kendaraan;
- 4) Penyediaan pelayanan jasa bongkar muat, peti kemas, curah cair, curah kering (general cargo) dan kendaraan.

- 5) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa terminal peti kemas, curah cair, curah kering, multi purpose, penumpang, pelayanan rakyat, dan Ro-Ro;
- 6) Penyediaan dan/atau pelayanan gudang-gudang dan lapangan penumpukan dan tangki/tempat penimbunan barang-barang, angkutan Bandar, alat bongkar muat, serta peralatan pelabuhan;
- 7) Penyediaan dan/atau pelayanan tanah untuk berbagai bangunan dan lapangan, industry dan gedung-gedung/bangunan yang berhubungan dengan kepentingan kelancaran angkutan multi moda;
- 8) Penyediaan dan/atau pelayanan listrik, air minum, dan instalasi limbah serta pembuangan sampah;
- 9) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa pengisian BBM untuk kapal dan kendaraan di lingkungan pelabuhan;
- 10) Penyediaan dan/atau pelayanan konsolidasi dan distribusi barang termasuk hewan;
- 11) Penyediaan dan pengelolaan jasa konsultasi, pendidikan, dan pelatihan yang berkaitan dengan kepelabuhanan;
- 12) Pengusahaan dan penyelenggaraan depo peti kemas dan perbaikan, cleaning, fumigasi, serta pelayanan logistik.

Kegiatan usaha berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan No. KP 133 Tahun 2011 tanggal 2 Maret 2011 tentang Pemberian Izin Usaha kepada PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) sebagai Badan Usaha Pelabuhan yang dilaksanakan dalam menyelenggarakan

pelayanan jasa kepelabuhan dan usaha lainnya yang menunjang pencapaian tujuan perusahaan meliputi, penyediaan dan/atau pelayanan meliputi:

- 1) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa dermaga untuk bertambat.
- 2) Penyediaan dan/atau pelayanan pengisian bahan bakar minyak dan pelayanan air bersih.
- 3) Penyediaan dan/atau pelayanan fasilitas naik turun penumpang dan/atau kendaraan.
- 4) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa dermaga untuk pelaksanaan kegiatan bongkar muat barang dan peti kemas.
- 5) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa gudang, tempat penimbunan barang, alat bongkar muat, serta peralatan pelabuhan.
- 6) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa terminal petikemas, curah cair, curah kering, dan Ro-Ro.
- 7) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa bongkar muat barang.
- 8) Penyediaan dan/atau pelayanan pusat distribusi dan konsolidasi barang, dan/atau.
- 9) Penyediaan dan/atau pelayanan jasa penundaan kapal.

### **3. Struktur Organisasi**

Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, sedangkan organisasi adalah kerangka antara hubungan dari orang-orang atau unit-unit organisasi yang masing-masing memiliki tugas, tanggung jawab, dan wewenang tertentu. Dalam menjalankan kegiatan perusahaan diperlukan suatu struktur organisasi serta

uraian tugas yang jelas dari setiap orang atau unit organisasi yang terlibat dalam organisasi.

Dengan demikian diharapkan adanya suatu kejelasan arah koordinasi untuk mencapai tujuan perusahaan dan masing-masing personil atau unit organisasi mengetahui dengan jelas dan dari mana mereka mendapat perintah dan kepada siapa mereka harus mempertanggung jawabkan hasil pekerjaannya. Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara setiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Biasanya, struktur organisasi perusahaan akan dibuat dalam struktur organisasi perusahaan akan dibuat dalam struktur fungsional. Yaitu dimana masing-masing posisi memiliki fungsi yang jelas, termasuk menentukan kewenangan serta garis komandi dalam sistem tersebut.

Meski demikian struktur organisasi perusahaan ini tidak bias diberlakukan secara mutlak untuk semua perusahaan. Masing-masing perusahaan memiliki hak untuk membuat struktur organisasi perusahaan mereka, sesuai dengan gaya dan kebutuhan perusahaan tersebut. Tujuan adanya struktur organisasi adalah pencapaian kerja ataupun pendelegasian dalam organisasi yang berdasarkan pada pola hubungan kerja serta lalu lintas wewenang dan tanggung jawab. Untuk lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut:

Ada empat dasar yang dapat dilihat pada struktur organisasi yaitu:

- a. Struktur organisasi memberikan gambaran mengenai pembagian tugas serta tanggungjawab kepada individu maupun bagian-bagian pada suatu organisasi,

- b. Struktur organisasi memberikan gambaran mengenai hubungan pelaporan yang diterapkan secara resmi dalam suatu organisasi tingkatan hirarki serta besarnya tentang kendali dari semua pimpinan di seluruh tingkatan organisasi,
- c. Struktur organisasi menetapkan pengelompokan individu menjadi bagian organisasi dan pengelompokan bagian-bagian organisasi menjadi suatu organisasi yang utuh, dan
- d. Struktur organisasi menetapkan sistem hubungan dalam organisasi yang memungkinkan tercapainya komunikasi, koordinasi, dan pengintegrasian segenap kegiatan organisasi baik secara vertikal maupun horizontal.

Tiga komponen pertama merupakan elemen yang bersifat statis, yang sesungguhnya tampak pada struktur diimplementasikan karena merupakan elemen yang sifatnya dinami. Untuk melihat tugas dan tanggung jawab jabatan umumnya deskripsikannya ditulis dalam daftar deskripsi jabatan. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan hubungan diantara fungsi bagian- bagian atau posisi orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda.



## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Karakteristik

#### a. Crosstabb Kategori Perusahaan dan Segmen Jasa yang Sering di gunakan

**Tabel 4.1** Kategori Perusahaan dan Segmen Jasa yang Sering Digunakan

		Segmen jasa yang sering di gunakan				Total
		Pelayanan Kapal	Pelayanan Barang	Pelayanan Bongkar Muat	Pelayanan Terminal Petikemas	
Kategori Perusahaan	Agen Pelayaran	23	0	4	4	31
	Industri	0	1	2	0	3
	EMKL/Cargo Owner	2	1	39	16	58
Total		25	2	45	20	92

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan PT Pelindo I (Persero) yang menjadi responden pada segmen jasa yang sering di gunakan yaitu pelayanan bongkar muat dengan kategori perusahaan EMKL Cargo sebanyak 39 responden alasannya karena pelayanan bongkar muat merupakan pelayanan yang paling dominan pada jasa kepelabuhan Pelindo 1 pada kegiatan ekspor (*Receiving*) dan impor (*Delivery*).

#### b. Crosstabb Status Usia Langgan dan Berapa Kali Frekuensi

**Tabel 4.2** Status Usia Langgan dan Berapa Kali Frekuensi

		Berapa kali frekuensi Menggunakan jasa di Pelindo I dalam setahun				Total
		10-20 kali	20-30 kali	30-40 kali	>40 kali	
Status Usia Langgan	<5 Tahun	5	2	0	0	7
	5-10 Tahun	12	9	7	0	28
	10-15 Tahun	12	8	9	1	30

	10-20 Tahun	4	10	7	1	22
	20-25 Tahun	0	1	0	4	5
Total		33	30	23	6	92

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 bisa dilihat bahwa mayoritas pelanggan PT Pelindo I (Persero) yang menjadi responden dengan frekuensi menggunakan jasa PT Pelindo I (Persero) sebanyak 10 - 20 kali pada status usia langganan 5-10 tahun dan 10-15 tahun sebanyak 12 responden, karena mayoritas pelanggan menggunakan jasa pelabuhan lebih dari 20 kali dalam setahun.

**c. Crosstabb Segmen jasa yang sering di gunakan dan Angkutan yang dipakai untuk Bongkar Muat**

**Tabel 4.1** Segmen jasa yang sering di gunakan dan Angkutan yang Dipakai untuk Bongkar Muat

		Angkutan yang di pakai untuk bogkar muat			Total
		Truck 20 feet	Truck 40 feet	Lainnya	
Segmen jasa yang sering di gunakan	Pelayanan Kapal	9	3	13	25
	Pelayanan Barang	0	2	0	2
	Pelayanan Bongkar Muat	16	24	5	45
	Pelayanan Terminal Petikemas	10	7	3	20
Total		35	36	21	92

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan PT Pelindo I (Persero) yang menjadi responden menggunakan angkutan truck 40 feet dengan segmen jasa yang di gunakan Pelayanan Bongkar Muat sebanyak 24 responden alasannya karena Truck 40 feet lebih efisien waktu dan biaya operasional saat melakukan pengangkutan petikemas karena bisa digunakan untuk mengangkut container 40 feet dan 20 feet x 2 container.

**d. Crosstabb Segmen Jasa Yang Sering Digunakan Dan Kategori Perusahaan**

**Tabel 4.2** Segmen jasa yang sering digunakan dan kategori Perusahaan

		Kategori Perusahaan			Total
		Agen Pelayaran	Industri	EMKL/ Cargo Owner	
Segmen jasa yang sering digunakan	Pelayanan Kapal	23	0	2	25
	Pelayanan Barang	0	1	1	2
	Pelayanan Bongkar Muat	4	2	39	45
	Pelayanan Terminal Petikemas	4	0	16	20
Total		31	3	58	92

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4. bisa dilihat bahwa mayoritas pengguna jasa PT Pelindo I (Persero) yang menjadi responden dengan kategori perusahaan EMKL Cargo Owner sebanyak 39 responden, karena EMKL Cargo Owner banyak menggunakan segmen jasa pelayanan bongkar muat barang baik ekspor (*receiving*) maupun impor (*delivery*).

**e. Uji Frekuensi Variabel Kemudahan (X1)**

Variabel Kemudahan terdiri dari 6 (enam) pernyataan yang reliabel, dimana jawaban responden untuk masing-masing pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5** Pernyataan Variabel Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	ST	TS	K	CS	S	S	Total
		1	2	3	4	5	6	
1	Jaringan dan server untuk akses aplikasi sistem yang stabil.	-	-	13	35	28	16	92
2	Kemudahan dalam pembayaran nota.	-	-	13	41	23	15	92

3	Keakuratan data pembayaran.	-	-	12	38	30	12	92
4	Kesesuaian nota yang ditetapkan Pelindo I dengan volume jasa.	-	-	30	24	22	16	92
5	Proses Penyampaian dokumen pembayaran yang cepat	-	-	15	37	29	11	92
6	Dengan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo I dapat menghemat waktu pelanggan.	-	-	-	26	40	26	92
	Total	-	-	83	201	172	96	552
	Total positif /negatif		83			469		
	Rata positif /negatif		15%			85%		

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kemudahan (X1) menunjukkan rata rata jawaban positif sebesar 0,85 (85%) responden dan dominan di jawab setuju 40 responden hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan yang diberikan PT Pelindo I (Persero) mendapatkan respon yang baik di kalangan pengguna jasa.

#### f. Uji Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari 9 (Sembilan) pernyataan yang reliabel, dimana jawaban responden untuk masing-masing pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6** Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	6	
1	Kondisi penerangan di lapangan dan dermaga yang baik.	-	-	-	39	34	19	92
2	Kondisi lapangan dan dermaga yang bersih.	-	-	2	36	49	5	92
3	Gate In Gate Out yang lancar.	-	-	-	37	45	10	92

4	Ketepatan waktu petugas pelindo 1 dalam melayani pelanggan.	-	-	1	40	39	12	92
5	Penerbitan & penyampaian nota yang cepat.	-	-	1	44	41	6	92
6	Respon petugas Pelindo I atas pelayanan jasa kepelabuhanan yang cepat dan tanggap.	-	-	2	42	39	9	92
7	Keamanan barang di lapangan saat melakukan kegiatan bongkar muat yang terjamin.	-	-	-	42	40	10	92
8	Perusahaan benar-benar menerapkan kebijakan proses refund yang tidak birokratis.	-	-	1	41	41	9	92
9	Perusahaan dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan.	-	-	1	52	35	4	92
	Total	-	-	8	373	363	84	828
	Total positif /negatif		8			820		
	Rata positif /negatif		1%			99%		

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kualitas pelayanan (X2) menunjukkan rata rata jawaban positif sebesar 0,99 (99%) responden dan dominan di jawab cukup setuju 49 responden hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT Pelindo I (Persero) mendapatkan respon yang baik di kalangan pelanggan pengguna jasa sehingga di harapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan standar kualitas pelayanan yang ada saat ini.

#### g. Uji Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 8 (delapan) pernyataan yang reliabel, dimana jawaban responden untuk masing-masing pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7** Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	K S	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	6	
1	Perusahaan saya akan terus menggunakan jasa Kepelabuhanan Pelindo 1 di masa mendatang.	-	-	38	18	17	19	92
2	Pelindo I adalah perusahaan yang sempurna untuk perusahaan seperti perusahaan tempat saya bekerja.	-	-	5	43	36	8	92
3	Perusahaan saya akan merekomendasikan Pelindo 1 kepada perusahaan lain.	-	-	1	43	32	16	92
4	Perusahaan saya memilih untuk menggunakan jasa Kepelabuhanan PT Pelindo 1 (Persero) karena Kepelabuhanan PT Pelindo 1 (Persero) merupakan perusahaan jasa kepelabuhan yang telah terpercaya.	-	-	1	44	37	10	92
5	Pelindo 1 selalu memberikan layanan sesuai yang di janjikan kepada pelanggan.	-	-	2	43	37	10	92
6	Pelindo I selalu memperlakukan perusahaan saya dengan baik.	-	-	1	29	50	12	92
7	Pelindo I selalu mengutamakan pelayanan yang prima.	-	-	-	30	53	9	92
8	Jika ada masalah, perusahaan saya selalu dapat mengandalkan Pelindo I untuk dapat memecahkan masalah tersebut dengan adil dan memuaskan.	-	-	2	15	53	22	92
	Total	-	-	50	265	315	106	736
	Total positif /negatif	50			686			
	Rata positif /negatif	7%			93%			

Sumber: penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan rata rata jawaban positif sebesar 0,93 (93%) responden dan dominan di jawab sangat setuju 53 responden hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan PT Pelindo I (Persero) mendapatkan respon yang positif sehingga di harapkan PT Pelindo I (Persero) mampu meningkatkan kemudahan, kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT Pelindo I (Persero).

## 2. Uji Kelayakan

### a. Uji Validitas

Berikut ini disajikan pengujian validitas dari item kuisisioner yang diberikan kepada responden dan pengolahan tabulasi jawaban responden dan variabel yang digunakan sebagai berikut:

#### 1) Uji Validitas Variabel Kemudahan ( $X_1$ )

Untuk hasil uji validitas pada variabel kemudahan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8** *Item-Total Statistics* Variabel Kemudahan ( $X_1$ )

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Jaringan dan server untuk akses aplikasi sistem yang stabil.	22.54	8.119	.480	.598
Kemudahan dalam pembayaran nota.	22.62	8.634	.383	.634
Keakuratan data pembayaran	22.60	8.683	.410	.625
Kesesuaian nota yang ditetapkan Pelindo I dengan volume jasa.	22.79	7.572	.465	.604
Proses Penyampaian	22.66	9.017	.325	.653

dokumen pembayaran yang cepat				
Dengan menggunakan Jasa Kepelabuhanan Pelindo I dapat menghemat waktu pelanggan	22.05	9.459	.336	.649

Sumber: penulis (2021)

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 92$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.205 dan pada pernyataan X1.1 (0,113), X1.2 (0,21), X1.3 (0,163), dan X1.5 (0,196) pada variabel kemudahan, dikeluarkan karena tidak memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan X1.4, X1.6, X1.7 X1.8, X1.9, X1.10 pada variabel kemudahan, telah memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

## 2) Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Untuk hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9** *Item-Total Statistics* Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kondisi penerangan di lapangan dan dermaga yang baik.	36.90	7.342	.217	.601
Kondisi lapangan dan dermaga yang bersih.	37.07	7.424	.298	.577

Gate In Gate Out yang lancar.	36.98	7.120	.367	.558
Ketepatan waktu petugas pelindo 1 dalam melayani pelanggan.	37.01	7.395	.240	.592
Penerbitan & penyampaian nota yang cepat.	37.12	7.381	.305	.575
Respon petugas Pelindo I atas pelayanan jasa kepelabuhanan yang cepat dan tanggap.	37.09	7.289	.282	.581
Keamanan barang di lapangan saat melakukan kegiatan bongkar muat yang terjamin.	37.03	6.911	.418	.544
Perusahaan benar-benar menerapkan kebijakan proses refund yang tidak birokratis.	37.05	7.327	.288	.579
Perusahaan dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan.	37.23	7.717	.227	.593

Sumber: Penulis (2021)

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 92$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.205 dan pada pernyataan X2.10 (0,180) pada variable kualitas pelayanan, dikeluarkan karena tidak memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.7, X2.8, X2.9 pada variabel kualitas pelayanan, telah memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut

dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

### 3) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10** *Item-Total Statistics* Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perusahaan saya akan terus menggunakan jasa Kepelabuhanan Pelindo 1 di masa mendatang.	33.00	7.538	.240	.634
Pelindo I adalah perusahaan yang sempurna untuk perusahaan seperti perusahaan tempat saya bekerja.	32.67	8.750	.280	.592
Perusahaan saya akan merekomendasikan Pelindo 1 kepada perusahaan lain.	32.50	8.407	.337	.576
Perusahaan saya memilih untuk menggunakan jasa Kepelabuhanan Pelindo 1 karena Kepelabuhanan Pelindo 1 merupakan perusahaan jasa kepelabuhan yang telah terpercaya.	32.58	8.884	.275	.594
Pelindo 1 selalu memberikan layanan sesuai yang di janjikan kepada pelanggan.	32.59	8.421	.381	.566
Pelindo I selalu memperlakukan perusahaan saya dengan baik.	32.39	8.439	.413	.559

Pelindo I selalu mengutamakan pelayanan yang prima	32.41	8.355	.500	.543
Jika ada masalah, perusahaan saya selalu dapat mengandalkan Pelindo I untuk dapat memecahkan masalah tersebut dengan adil dan memuaskan.	32.15	9.075	.221	.607

Sumber: Penulis (2021)

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 92$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.205 dan pada pernyataan Y2 (0,154) dan Y9 (0,176) pada variable kepuasan pelanggan, dikeluarkan karena tidak memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan Y1,Y3,Y4,Y5,Y6,Y7,Y8 dan Y10 pada variabel kepuasan pelanggan, telah memenuhi syarat validitas yaitu *Corrected Item- Total Correlation* > dari  $r_{tabel}$  0.205. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

#### b. Uji Reliabilitas

Rusiadi, (2014) reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan alpha cronbach. Angket dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau < 0,60.

Reliabilitas dari pertanyaan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11** *Reliability Statistics*

Variabel	Cronbach Alpha	N of Items
Kemudahan ( $X_1$ )	0,670	6
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0,607	9
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,616	8

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa reliabilitas instrument manajemen perusahaan tentang Kemudahan (Variabel  $X_1$ ) sebesar 0,670 (reliabel), Kualitas Pelayanan (Variabel  $X_2$ ) sebesar 0,607 (reliabel), Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) sebesar 0,616 (reliabel). Dari Nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka data bisa dikatakan reliabelitas atau dikatakan handal.

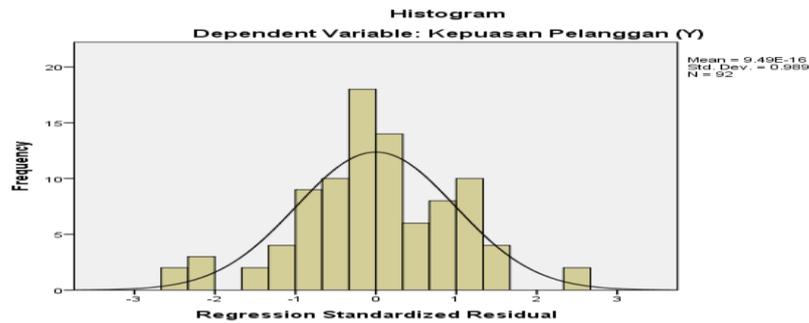
### 3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian Asumsi Klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi linier berganda layak atau tidak untuk digunakandalam pengujian hipotesis.

#### a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.

## 1) Uji Normalitas Histogram

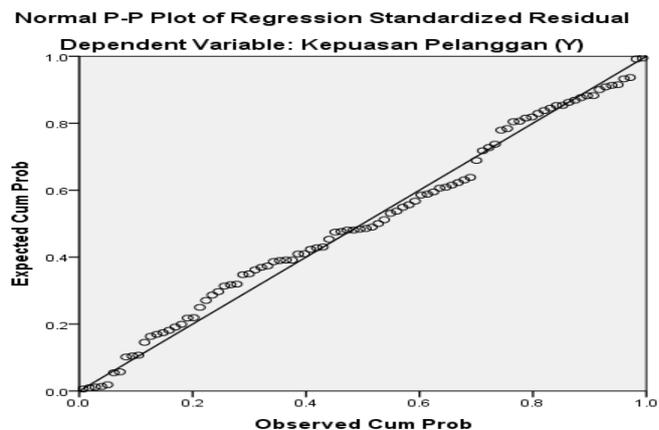


**Gambar 4.6** Uji Normalitas Histogram

*Sumber: Penulis (2021)*

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, bahwa hasil data telah berdistribusi secara normal dan memiliki garis membentuk lonceng kemiringan ke kiri ataupun kanan.

## 2) Uji Normalitas PP Plot



**Gambar 4.7** Uji Normalitas PP Plot

*Sumber: Penulis (2021)*

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data untuk variabel kemudahan dan kualitas pelayanan yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal. Berdasarkan gambar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji

normalitas data, data untuk variabel kemudahan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdistribusi secara normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan (X1)	.990	1.010
	Kualitas Pelayanan (X2)	.990	1.010

Sumber: Penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa nilai Tolerance dan VIF untuk variabel bebas adalah sebagai berikut:

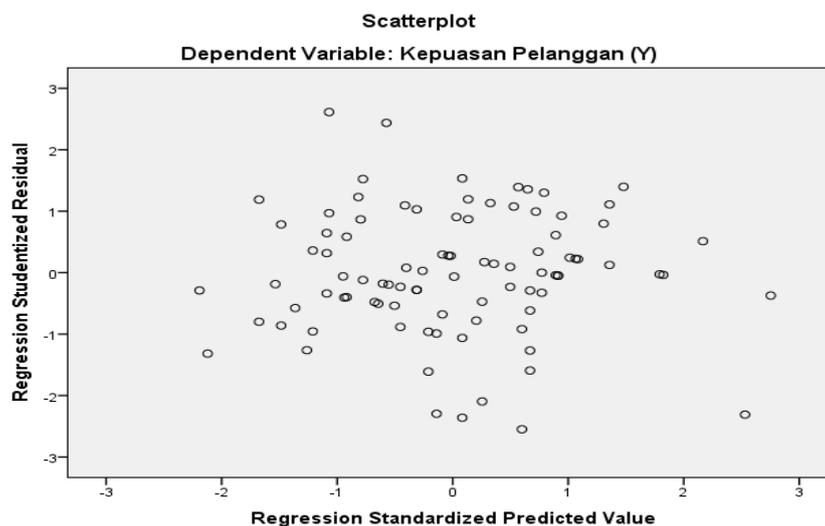
- 1) Variabel Kemudahan (X1) mempunyai nilai Tolerance = 0,990 dan nilai VIF = 1,010.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai Tolerance = 0,990 dan nilai VIF = 1,010.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23 atas nilai Tolerance dan VIF diatas dapat diketahui bahwa variabel tersebut mempunyai nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variabel independen (Kemudahan dan Kualitas Pelayanan) tidak terjadi gejala multikolinieritas (antar variabel independen tidak mempunyai korelasi).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi

heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala Heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat ( $ZPRED$ ) dengan residualnya ( $SRESID$ ).



**Gambar 4.8** Scatterplot Uji Heteroskedastisitas  
*Sumber: Penulis (2021)*

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel akan diuji dalam penelitian ini bersifat homokedastisitas.

#### 4. Persamaan Penelitian

Persamaan Penelitian bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Tabel 4.13** Uji Parsial / Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.347	5.493		3.522	.001
	Kemudahan (X1)	.182	.096	.191	1.896	.061
	Kualitas Pelayanan (X2)	.310	.110	.284	2.822	.006

Sumber: Penulis (2021)

Berdasarkan Tabel diatas tersebut diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 19,374 + 0,182X_1 + 0,310X_2 + 5,493$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

1. Konstanta = 19,374

Jika variabel kemudahan, kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 19,374.

2. Koefisien Kemudahan  $X_1$

Nilai koefisien kemudahan sebesar 0,182. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kemudahan akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 18,2%.

3. Koefisien Kualitas Pelayanan  $X_2$

Nilai koefisien kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,310. Menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti dengan terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 31%.

## 5. Uji Pengaruh

### a. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji Parsial dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh dari variabel independen ke variabel dependen. variabel disini yaitu kemudahan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.14** Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.347	5.493		3.522	.001		
	Kemudahan (X1)	.182	.096	.191	1.896	.061	.990	1.010
	Kualitas Pelayanan (X2)	.310	.110	.284	2.822	.006	.990	1.010

Sumber: Penulis (2021)

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kemudahan diperoleh  $t_{hitung}$  (1,896) <  $t_{tabel}$  (1,661) dengan nilai signifikansi sebesar 0,061 > 0,05 maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh dan tidak signifikan kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Pelindo I (Persero).

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung}$  (2,822) >  $t_{tabel}$  (1,661) dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Pelindo I (Persero).

## b. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui kemudahan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini disajikan hasil uji simultan sebagai berikut:

**Tabel 4.15** Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.664	2	50.832	5.296	.007 <sup>b</sup>
	Residual	854.195	89	9.598		
	Total	955.859	91			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kemudahan (X1)

Sumber: Penulis (2021)

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (5,296) > F_{tabel} (3,10)$  dengan tingkat signifikansi 0.007. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan Kemudahan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Pelindo I (Persero).

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan dari variabel independen (bahwasannya kemudahan dan kualitas pelayanan) untuk menjelaskan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Berikut hasil uji determinasi:

**Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.326 <sup>a</sup>	.106	.086	3.098

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kemudahan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa angka R Square sebesar 0,106 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 10,6% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kemudahan dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya  $100\% - 10,6\% = 89,4\%$  dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti faktor promosi, harga dan variabel lainnya.

### C. Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (Kemudahan dan Kualitas Pelayanan) memiliki koefisien b yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh kemudahan diperoleh  $t_{hitung} (1,896) < t_{tabel} (1,661)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,061 > 0,05$  maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh dan tidak signifikan kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Pelindo I (Persero).

Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Harlan (2014 hal. 39) Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penelitian yang dilakukan Bunga Windy Antika & Anik Lestari Andjarwati (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen OLX Di Surabaya). Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan pelanggan. hal ini bertentangan dengan hasil peneliti karena bila dilihat dari pelanggan yang masih belum begitu puas dengan akses kemudahan yang diberikan oleh PT. Pelindo I (Persero), dimana pelanggan merasa bahwa masih adanya kelemahan dalam aplikasi sistem dan pembayaran yang diberikan oleh PT. Pelindo I (Persero), hal ini terlihat dengan sistem pembayaran yang masih cukup lambat di akses. sehingga tidak ada pilihan bagi pelanggan pengguna jasa untuk beralih ke perusahaan lain. Hal ini di karenakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis

kepelabuhanan yang berada di Sumatera Utara hanya di PT Pelindo I (Persero).

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} (2,822) > t_{tabel} (1,661)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Pelindo I (Persero).

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Menurut Lupiyoadi (2016 hal. 175) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi merek”.

Begitu juga penelitian yang dilakukan Satria Abdi Pratama Yudha (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil peneliti, karena kualitas pelayanan merupakan suatu harapan kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di PT. Pelindo I (Persero) mendapatkan respon positif dari kepuasan pelanggan karena PT. Pelindo I (Persero) harus lebih meningkatkan standar

pelayanan dan memperhatikan keinginan dan kemudahan serta kenyamanan yang di inginkan oleh pelanggan.

### **3. Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Pelindo I (Persero). Dengan nilai  $F_{hitung} (5,296) > F_{tabel} (3,10)$  dengan tingkat signifikansi 0.007. Selanjutnya nilai *R Square* sebesar 0,106 atau 10,6% yang artinya ada pengaruh signifikan kemudahan dan kualitas pelayanan secara bersama – sama terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 89,4% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya promosi, harga dan variabel lainnya.

Kemudahan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah kemudahan yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Kemudahan-kemudahan yang mungkin ditawarkan oleh produsen, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam berkomunikasi produsen. Menurut Jogiyanto (2013 hal. 115) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.

Selain faktor kemudahan, dalam kualitas pelayanan juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang berkualitas sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan

konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung membuat kepuasan konsumen akan terwujud.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal.

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya, Peneliti Annisa Nur Rahma (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Khoyiir Store Tulungagung, dengan hasil penelitian diperoleh bahwa kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhan Pelindo 1. Dengan responden pada penelitian ini yaitu berjumlah 92 pelanggan perusahaan, kemudian telah dianalisa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhan Pelindo 1. Hal ini berdasarkan hasil dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (5,296) > F_{tabel} (3,10)$  dengan tingkat signifikansi 0.007. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima.
2. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kemudahan diperoleh  $t_{hitung} (1,896) < t_{tabel} (1,661)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,061 > 0,05$  maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak, maka Kemudahan secara Parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhan Pelindo 1.
3. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} (2,822) > t_{tabel} (1,661)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, maka Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kepelabuhan Pelindo 1.

## B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Untuk Kemudahan, PT Pelindo I (Persero) harus memperhatikan standar layanan, agar semakin meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pelanggan.
2. Untuk Kualitas Pelayanan, harus menerapkan standarisasi kompetensi, agar karyawan bisa meningkatkan kesadaran dan pemahaman karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat (sesuai standart prosedur operasional).
3. Untuk Kepuasan Pelanggan, PT Pelindo I (Persero) harus meningkatkan pelayanan dalam jasa kepelabuhanan khususnya pelayanan bongkar muat dan selalu memberikan kemudahan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada pelayanan bongkar muat demi kenyamanan pelayanan dan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Herri. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara*. Jurnal Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala, Volume 6, Nomor 3, Mei 2017, hal. 297-308.
- Aryza, S., Lubis, Z., Indrawan, M. I., Efendi, S., & Sihombing, P. (2021). Analyzed New Design Data Driven Modelling of Piezoelectric Power Generating System. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 4(3), 5537-5547.
- Ahmad., Bambang Setiyo Pambudi. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI*. Jurnal Studi Manajemen, Vol.8, No. 1, April 2014.
- Annisa Nur Rahma. (2020). *Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Khoyiir Store Tulungagung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Januari.
- Chandra Wijaya & Sesilya Kempa. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. AGORA Vol. 6, No. 2 (2018).
- Emmywati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan yang Terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponogoro Jawa Timur. Penelitian Ilmu Manajemen, Vol 1, No. 3, Hal 184-191.
- Fikri, Miftah El , Rindi Andika, Tika Febrina, Cahyo Pramono & Dewi Nurmasari Pane. (2020). *Strategy to Enhance Purchase Decisions through Promotions*

*and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart, Deli Serdang Regency, North Sumatera.* Saudi Journal of Business and Management Studies.

Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Harlan, Dwimastia. (2014), *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Indrawan, M. I. (2021). *Anteseden Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Juman, 12(1),

Indrawan, M. I. (2021). *Anteseden Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Juman, 12(1), 245-251.245-251

Istiarni,Panggih Rizki Dwi. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. (2013). *Analisis & Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktik Aplikasi Bisnis*.Andi Offset. Yogyakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.*

Lupiyoadi, Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat.

- Ogei Yolanda. (2021), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Astra Daihatsu Capella Kota Medan. Skripsi. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Rahayu, S., Yudi, & Rahayu. (2020). Internal auditors role indicators and their support of good governance. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1751020.
- Saleh, Muwafik, Akh. (2010). *Public Service Communication*. Cetakan Pertama. Malang: UMM Press.
- Siagian, Sondang P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2013). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016), *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: ANDI.
- Yudha, Satria Abdi Pratama, Rois Arifin, M. Hufron (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood*. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed.* Mc.Graw-Hill. Boston.