



**ANALISIS PELAYANAN KARYAWAN, HARGA DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT PELINDO TERMINAL PETIKEMAS
CABANG TPK BELAWAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

YUDA YEHEZKIEL SEMBIRING

NPM : 1815310307

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2024**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

: ANALISIS PELAYANAN KARYAWAN, HARGA, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PELINDO TERMINAL
PETIKEMAS CABANG TPK BELAWAN

NAMA : YUDA YEHEZKIEL SEMBIRING
NPM : 1815310307
MULYAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Manajemen
WAKTU KELULUSAN : 01 April 2024

DIKETAHUI

DEKAN



Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

KETUA PROGRAM STUDI



Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc. M.

DISETUJUI

KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I



Dr Nurafrina Siregar, S.E., M.Si.

PEMBIMBING II



Harianto, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : YUDA YEHEZKIEL SEMBIRING
NPM : 1815310307
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PELAYANAN KARYAWAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PELINDO TERMINAL PETIKEMAS CABANG TPK BELAWAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Februari 2024



Yuda Yehezkiel S.)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuda Yehezkiel S.
Npm : 1815310307
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

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, April 2024



(Yuda Yehezkiel S.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan karyawan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Dengan jumlah sampel sebanyak 68 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket/kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis data statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS (*Statistic Package for Social Sciences*) 24.0 for windows yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelayanan karyawan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y) pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Begitu juga dengan harga (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y) pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan dan fasilitas (X_3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Sedangkan pengujian secara simultan variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari pelayanan (X_1) karyawan, harga (X_2), dan fasilitas (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* dalam penelitian ini yaitu kepuasan (Y) pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Sementara tingkat koefisien determinasinya mencapai 0,726 yang berarti bahwa variabel *independent* dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 72,6% terhadap variabel *dependent*, sementara sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Pelayanan Karyawan, Harga, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of employee service, price and facilities on customer satisfaction at PT Pelindo Terminal Petikemas TPK Belawan branch. With a total sample of 68 respondents. The data collection technique was carried out by means of a questionnaire/questionnaire. The analysis used was statistical data analysis using the SPSS (Statistic Package for Social Sciences) 24.0 for windows program, namely the classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the study show that employee service (X_1) partially has a positive and significant influence on customer satisfaction (Y) at PT Pelindo Terminal Petikemas TPK Belawan branch. Likewise, price (X_2) partially has a positive and significant impact on customer satisfaction (Y) at PT Pelindo Terminal Petikemas TPK Belawan branch and facilities (X_3) partially have a positive and significant impact on customer satisfaction at PT Pelindo Terminal Petikemas TPK branch Belawan. While the simultaneous testing of the variables in this study consisting of service (X_1) employees, price (X_2), and facilities (X_3) have a positive and significant effect on the dependent variable in this study, namely customer satisfaction (Y) at PT Pelindo Terminal Petikemas TPK branch Belawan. While the coefficient of determination reaches 0.726, which means that the independent variable in this study has a 72.6% influence on the dependent variable, while the remaining 27.4% is influenced by other factors that were not examined.

Keywords: Employee Service, Prices, Facilities, and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Yang paling utama tidak akan pernah hentinya untuk mengucapkan syukur kepada Tuhan atas segala limpahan berupa nikmat, taufik, rahmat dan karunia-Nya serta semua pertolongan yang akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan”**

Selama dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari halangan dan hambatan yang dapat diatasi oleh penulis karena bantuan, motivasi, dan bimbingan, serta doa dukungan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Ibu Dr. Nurafrina Siregar, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I (satu) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis.

5. Bapak Harianto, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis.
6. Teristimewa Ayahanda bernama (+) Jenda Malem Sembiring, S.E., dan Ibunda tercinta bernama Minulina br Barus, S.E., yang dengan sabar senantiasa memberikan do'a dengan penuh keikhlasan dan memberikan semangat kepada saya selama kuliah hingga penyelesaian skripsi ini, serta untuk keluarga yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi terbesar bagi penulis.
7. Yang tersayang istri dr. Sarah Ingrith Diresia Br Surbakti, yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan PT PELINDO Terminal Peti Kemas Cabang Belawan terima kasih atas bantuan dan informasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh Civitas Akademik Universitas Pembangunan Panca Budi, yang telah memberikan bantuan dan jasanya selama penulis menjalankan pendidikan di Universitas Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
10. Seluruh mahasiswa/i Manajemen Pancabudi Angkatan 2018.

Penulis sangat menyadari atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi penelitian ini.

Atas segala kritik dan saran akan penulis terima untuk tercapainya penyempurnaan skripsi penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, April 2024
Penulis

Yuda Yehezkiel Sembiring
NPM. 1815310307

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN UJIAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	13
1. Identifikasi Masalah	13
2. Batasan Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah.....	15
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Manfaat Penelitian.....	16
E. Keaslian Penelitian	17
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Landasan Teori	19
1. Kepuasan Pelanggan	19
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan...	20
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan	21
d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	22
e. Inikator Kepuasan Pelanggan.....	23
2. Pelayanan	24
a. Pengertian Pelayanan.....	24
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan..	26
c. Etka Dalam Pelayanan.....	27
d. Indikator Pelayanan	28
3. Harga	29
a. Pengertian Harga	29
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	30
c. Tujuan Penetapan Harga.....	32
d. Peranan Harga	33

e. Indikator Harga	34
4. Fasilitas	35
a. Pengertian Fasilitas	35
b. Jenis-Jenis Fasilitas	36
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	37
B. Indikator Fasilitas	38
C. Penelitian Terdahulu	39
D. Kerangka Konseptual.....	42
E. Hipotesis.....	45
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Pendekatan Penelitian	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
a. Lokasi Penelitian.....	47
b. Waktu Penelitian.....	48
C. Definisi Operasional Variabel	48
D. Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Umum PT Pelabuhan Indonesia (persero)	59
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	71
3. Hasil Analisis Data.....	73
a. Hasil Uji Instrumen	74
b. Hasil Statistik Deskriptif	79
c. Hasil Uji Asumsi Klasik	80
d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
e. Hasil Uji Hipotesis	86
B. Pembahasan.....	90
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Hasil <i>Voice Of Customer</i> (VOC) Kepuasan Pelanggan.. 4
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan..... 5
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Pelayanan 7
Tabel 1.4	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Harga..... 11
Tabel 1.5	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Fasilitas 12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 40
Tabel 3.1	Skedul Penelitian 39
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel 49
Tabel 3.3	Alternatif Jawaban Responden 52
Tabel 4.1	Status Perusahaan 71
Tabel 4.2	Jenis Perusahaan 71
Tabel 4.3	Masa Pelanggan 73
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Pelayanan Karyawan 74
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Harga 75
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Fasilitas..... 75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan 76
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan Karyawan 77
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Harga..... 77
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas 78
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan..... 78
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... 79
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Normalitas 82
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Multikolinieritas 83
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda..... 85
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)..... 86
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Simultan (Uji-F) 89
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi 89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual 45
Gambar 4.1	Proses Terbentuknya PT Pelabuhan Indonesia 60
Gambar 4.2	Desain Penggabungan PT Pelabuhan Indonesia 62
Gambar 4.3	Struktur Organisasi PT Pelabuhan Indonesia Terminal Peti Kemas cabang TPK Belawan 70
Gambar 4.4	Histogram..... 80
Gambar 4.5	<i>Probability Plot</i> 81
Gambar 4.6	<i>Scatter Plot</i> 84
Gambar 4.7	Hasil Uji Hipotesis Dua Pihak 87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sebagian besar wilayahnya terdiri atas lautan. Oleh karena itu, transportasi laut adalah alternatif lain untuk menjangkau sebagian besar pulau-pulau yang ada di Indonesia. Transportasi laut sebagai sarana angkutan antar pulau memiliki kelebihan mampu menyalurkan barang dengan kapasitas yang lebih besar dibandingkan dengan transportasi lainnya. Faktor lain yang mempengaruhi perkembangan pelabuhan adalah perkembangan terminal peti kemas. Sehingga saat ini, pengelolaan Pelabuhan mengubah orientasi kegiatan konvensional menjadi kegiatan kontainerisasi. Hal ini terlihat dengan berkembangnya perdagangan antar pulau di Indonesia dengan moda transportasi laut dengan menggunakan petikemas. Disamping itu, evolusi konstruksi dan teknologi kapal mendukung adanya orientasi kegiatan konvensional menjadi kegiatan kontainerisasi, dan hal ini akan berjalan dengan baik apabila didukung oleh sumber daya manusia yang baik, biaya yang terjangkau sesuai dengan jasa yang diberikan, serta fasilitas yang lengkap dan memadai serta pengaturan manajemen yang baik sesuai dengan PP No. 61 Tahun 2009 yang mengatur tentang kepelabuhanan. Dengan pelayanan, harga dan fasilitas yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan akan merasa puas.

Priansa (2017:197), mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Sehingga dapat dikatakan kalau kepuasan pelanggan itu merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan, harga, dan fasilitas yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Signifikansi kepuasan pelanggan sangat terikat dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Priansa (2017:209) ada beberapa faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu pelayanan dari karyawan, harga, serta fasilitas. Moenir (2016:16) mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa menjadi suatu tolak ukur kepuasan konsumen. Bila pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

Faktor berikutnya yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu harga, menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah: “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Artinya, jumlah uang yang dibebankan atau yang ditukar oleh konsumen untuk memiliki manfaat dalam menggunakan suatu produk atau layanan.

Harga tergantung pada kebijakan yang dibuat oleh perusahaan. Hal ini dapat dibandingkan dengan harga produk/jasa serupa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan lain. Dalam menerapkan harga produk barang atau jasa, perusahaan pun harus senantiasa memperhatikan sejauh mana harapan pelanggan terhadap manfaat jasa yang diterima oleh pelanggan. Semakin tinggi harga suatu produk barang atau jasa maka semakin tinggi pula harapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan tersebut. Jika terjadi kesenjangan antara harapan dengan kinerja perusahaan maka yang terjadi pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

Faktor terakhir yang digunakan dalam penelitian ini sebagai salah satu faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas. Tjiptono (2016:317) mengatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas menjadi kebutuhan tambahan untuk pelanggan, selain harga dan pelayanan karyawan. Apabila perusahaan jasa mampu memberikan fasilitas yang memadai, hal itu akan membuat pelanggan merasa nyaman dan meningkatkan kepuasan pelanggan saat berkunjung.

Penelitian ini rencananya akan dilaksanakan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan yang merupakan anak dari perusahaan PT Pelabuhan Indonesia (persero) yang menyediakan jasa berupa terminal petikemas ekspor

impor dan domestik, serta jasa bongkar muat petikemas atau *container* untuk keperluan pengiriman barang dalam jumlah besar dan yang memerlukan penanganan khusus.

Berdasarkan data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah pelanggan serta hasil VOC PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan, didapatkan informasi sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Voice Of Customer (VOC) Kepuasan Pelanggan
PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan
Tahun 2020-2022

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Pelanggan Puas	Pelanggan Kurang/Tidak Puas	Persentase
1	2020	267	243	24	91,01%
2	2021	256	227	28	88,67%
3	2022	216	188	28	87,04%

Sumber: PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan sepanjang 3 tahun terakhir mengalami penurunan, sementara jumlah pelanggan yang kurang/tidak puas mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan yang tidak sesuai harapan mereka.

Permasalahan ini juga didukung dengan *pra-survey* penelitian kepada 20 orang pelanggan PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan guna menggambarkan mengenai kondisi kepuasan pelanggan. *Survey* dilakukan dengan memberikan pernyataan yang berkaitan dengan indikator kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil *pra survey* yang dilakukan:

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra-survey Mengenai Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Pelayanan yang diterima telah sesuai dengan harapan pengunjung	10	50	10	50
2	Fasilitas yang disediakan oleh PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang Belawan membuat saya puas	9	45	11	55
3	Pelayanan, harga, dan fasilitas yang diberikan PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan jauh lebih baik dari perusahaan petikemas lainnya	7	35	13	65
4	Saya mendapat pengalaman yang sangat baik setelah melakukan pengiriman melalui PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan	10	50	10	50
5	PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan telah memenuhi keinginan dan harapan pengunjung saat menggunakan jasanya	9	45	11	55
Jumlah			45		55

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Pra Riset, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa masih ada sebagian pelanggan yang dapat dikatakan belum sepenuhnya puas terhadap jasa yang diberikan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan. Hal tersebut dapat terlihat dari tingkat persentase jawaban yang diberikan oleh pelanggan, salah satunya dari jawaban yang diberikan oleh pelanggan pada soal no 3 bahwasannya masih terdapat sekitar 65% pelanggan mengatakan pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Medan tidak jauh lebih baik dari pelayanan, harga, dan fasilitas pada perusahaan sejenis lainnya, sehingga hal tersebut mengindikasikan penyebab menurunnya kepuasan pelanggan terhadap PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan.

Selama ini PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan telah melakukan pelayanan bongkar muat secara handal sesuai dengan ruang lingkup standar pelayanan pada pelabuhan meliputi pelayanan pembongkaran petikemas, pelayanan petikemas, pelayanan *delivery*, pelayanan *receiving*, pelayanan keluhan

dan klaim pengguna jasa, pelayanan registrasi *customer* baru, dan untuk menunjang kegiatan tersebut maka PT Pelabuhan Indonesia (Persero) membuat sebuah aplikasi bernama *Container Terminal Operation System* (CTOS), yaitu aplikasi yang dibangun untuk mengatur dan menertibkan kegiatan operasional di Belawan *International Container Terminal* (BICT), yang bertujuan untuk memudahkan proses bongkar muat petikemas, membuat rencana *loading* dan *unloading* serta *yard transfer* dengan mengacu pada informasi yang dikirim oleh *shipping company* yang memuat posisi *container* pada kapal yang berlabuh dan mengolah informasi pengiriman *container* menuju terminal yang dikirimkan oleh *transportation company* (perusahaan pelayaran).

Di PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan untuk mencapai standart terminal *container*, masih terbatas dengan kemampuan karyawan dalam penggunaan program CTOS tersebut. Masih adanya karyawan yang belum maksimal dalam penggunaan sistem CTOS sehingga sering menyebabkan terjadinya kesalahan pengoperasian kegiatan lapangan yang menyebabkan kurang baik dari perusahaan ataupun pengguna jasa, selain itu masih ada beberapa pelanggan yang memberikan komentar negatif terhadap sistem administrasi *online* yang sering bermasalah di sistem operator (TI) sehingga membuat nota pembayaran untuk kepemilikan barang terhambat diproses yang menunjukkan pelayanan karyawan yang belum optimal sehingga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang terjadi di atas juga di dukung dari hasil pra *survey* yang dilakukan terhadap 20 pelanggan di dapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra-survey Mengenai Pelayanan Karyawan

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Perilaku sopan ketika melayani pelanggan selalu dilakukan seluruh pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan	12	60	8	40
2	Pegawai memiliki kemampuan untuk menjelaskan dengan baik dan jelas segala sesuatu hal tentang pengiriman menggunakan jasa petikemas pada PT Pelindo cabang Belawan	9	45	11	55
3	Pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan selalu mampu untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas	9	45	11	55
4	Seluruh pegawai PT Pelindo Petikemas cabang Belawan memiliki sikap dan perilaku yang bersahabat kepada pelanggan	8	40	12	60
Jumlah			47,5		52,5

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Pra Riset, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 dapat terlihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan belum optimal. Hal tersebut dapat terlihat dari tingkat persentase jawaban yang diberikan oleh pelanggan, bahwasannya masih terdapat sekitar 60% pelanggan mengatakan bahwasannya tidak semua pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan memiliki sikap dan perilaku yang bersahabat kepada pelanggan, bahkan justru banyak pelanggan yang menganggap pegawai hanya bersikap dan berperilaku yang bersahabat hanya kepada pelanggan-pelanggan yang sudah mereka kenal saja atau kepada pelanggan yang memang sudah dekat dengan pegawai, hal tersebut dikarenakan masih banyak pegawai yang bekerja sesuai tupoksinya saja untuk memenuhi kewajibannya namun belum mengerti bagaimana harus bersikap semestinya dalam melayani pelanggan.

Sementara faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu tarif/harga dari jasa bongkar muat pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Mengenai harga/tarif jasa bongkar muat dibuat oleh

pemerintah dengan maksud menunjang kebijaksanaan dalam meningkatkan kegiatan ekonomi dan untuk meniadakan diskriminasi tarif bongkar muat kapal asing dengan kapal nasional dan upaya pelayanan jasa pelabuhan. Penerapan tarif bongkar muat peti kemas secara keseluruhan yaitu beberapa kegiatan kerja dalam penanganan digabungkan lebih murah dibandingkan dengan tarif yang tidak digabungkan atau sendiri-sendiri.

Berdasarkan Surat Edaran General Manager PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Belawan Internasional Container Terminal Nomor US.11/2/8/BICT-15 tanggal 15 Mei 2015, ada beberapa jenis tarif yang diterapkan di dalam kegiatan bongkar muat peti kemas itu sendiri, yaitu:

1. Tarif FCL (*Full Container Loaded*) dikenakan jasa pekerjaan untuk, mendorong peti kemas isi atau dari kapal, mengangkat, menurunkan, dan menyusun di lapangan penumpukan untuk diserahkan kepada pemilik atau penerima di lingkungan kerja pelabuhan dan memuat peti kemas isi atau kosong ke kapal dengan kegiatan yang merupakan kebalikan sebagaimana dimaksud tersebut di atas.
2. Tarif LCL (*Less Than Container Loaded*) membongkar peti kemas isi dari kapal, mengangkat dan menurunkan langsung penyusunan di lapangan penumpukan, mengangkat ke CFS, mengeluarkan dan menyusun barang di tempat penumpukan untuk diserahkan pada penerima/pemilik, kemudian menentukan peti kemas kosong ke lapangan penumpukan di lingkungan kerja pelabuhan, tidak termasuk biaya penyerahan atas alat penerima yang disediakan oleh penerima/pemilik barang. Memuat peti kemas ke kapal.

3. Tarif *stevedoring* peti kemas, dikenakan atas jasa pekerja bongkar muat peti kemas ke kapal/ dari dermaga ke kapal dengan menggunakan *crane* dan tarif kegiatan mengikat serta melepas peti kemas di lambung kapal.
4. Tarif *liff on/liff off* peti kemas, dikenakan atas jasa pekerja pengangkatan dari *chasis* ke *chasis* lain atau dari *chasis* ke tempat penumpukan atau dari tempat penumpukan ke *chasis*.
5. Tarif *truckhing* dikenakan atas jasa mengangkat peti kemas dengan menggunakan *trailer* dalam daerah kerja pelabuhan dari lambung kapal ke lapangan penumpukan peti kemas atau sebaliknya atau dari gudang ke lapangan penumpukan atau sebaliknya.
6. Tarif angsuran dikenakan atas jasa memindahkan peti kemas dari suatu tempat ke tempat lainya dalam suatu lapangan penumpukan peti kemas tanpa menggunakan *trailer/chasis* dalam daerah kerja pelabuhan.
7. Tarif *stripping* dikenakan biaya dari jasa bongkar muat barang dari dalam gudang penumpukan (CFS) atau truk.
8. Tarif *stuffing* dikenakan jasa memuat barang dari dalam gudang penumpukan (FCS) atau dari truk sampai disusun dalam peti kemas.
9. Tarif *Shifting* dikenakan biaya pemindahan peti kemas dari satu tempat ke tempat yang lain dalam satu petak kapal atau kepetak kapal yang lain dalam kapal dermaga dan kemudian menempatkan kembali ke dalam petak kapal yang sama.
10. Tarif bongkar muat pelabuhan terbagi atas tarif bongkar muat barang muatan umum (*general cargo*) perhitungannya hanya merupakan doman saja sehingga penetapan besar tarif sangat bergantung pada negosiasi. Tarif

bongkar muat peti kemas (*container*) adalah tarif yang diberlakukan khusus terminal peti kemas. Untuk tarif bongkar muat barang di terminal konvensional tarif cenderung berfluktuasi sesuai dengan permintaan pasar, dan tarif berbeda di dermaga khusus peti kemas bisa menggunakan dolar dan rupiah sesuai standar dan stabil.

Manajer Operasional PT Pelabuhan Indonesia (Persero) mengatakan bahwa tarif yang berlaku untuk curah kering, jasa kapal rata-rata Rp. 10.000.000,- per *call*, jasa barang rata-rata Rp. 17.000.000,- per *call*. Peti kemas, Rp. 314.000.000,- per *call*. Curah cair, jasa kapal Rp. 40.000.000,- per *call*, jasa barang Rp. 16.000.000,-. Tarif ditentukan oleh pemilihan jenis angkutan barang, banyaknya jasa yang digunakan oleh pemilik barang, lamanya waktu penumpukan barang di pelabuhan, serta jenis dermaga yang dipakai.

Namun kenyataannya, banyak pelanggan yang mengatakan jika tarif logistik yang dibebankan kepada pelanggan saat ini dinilai masih relatif tinggi. Tingginya biaya logistik tersebut diduga disebabkan oleh kondisi kinerja sistem logistik nasional yang tidak efisien dan efektif. Kinerja tersebut terkait dengan kondisi infrastruktur transportasi, proses *clearance (custom)*, pelayanan jasa logistik, biaya, dan lainnya.

Fenomena ini dipertegas dengan hasil *survey* yang dilakukan oleh Bank Dunia (*World Bank*) secara periodik terkait kinerja sektor logistik nasional, yang biasa dikenal dengan istilah *Logistics Performance Index (LPI)*. Dalam surveynya di tahun 2018 yang menempatkan Indonesia dengan kinerja logistik yang kurang bagus yaitu pada urutan 51 dari 167 negara. Posisi ini masih kalah jauh dibandingkan dengan negara-negara tetangga seperti Singapura (5), Taiwan (24),

Thailand (34), Malaysia (35), India (42), Vietnam (45), yang secara geografis memiliki kemiripan geografis dengan Indonesia (<https://lpi.worldbank.org>). Salah satu dampak buruknya kinerja logistik tercermin dari mahalnnya tarif barang yang harus dibayar oleh pelanggan, tarif yang dimaksud disini adalah tarif pengapalan yang timbul dalam rangka kegiatan logistik di pelabuhan, mencakup tarif bongkar muat petikemas dan tarif atas jasa pelayanan kapal, di samping terganggunya daya saing. Oleh karena itu, perbaikan sektor logistik harus menjadi prioritas.

Hal tersebut di dukung dari hasil pra *survey* yang dilakukan terhadap 20 responden.

Tabel 1.4
Hasil Kuesioner Pra-survey Mengenai Harga

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Harga jasa PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga jasa dari perusahaan petikemas serupa lainnya	7	35	13	65
2	Harga jasa PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan sesuai dengan harapan pelanggan	8	40	12	60
3	Pelanggan puas dengan harga yang diberikan sebab PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan	10	50	10	50
4	Harga jasa PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan terjangkau sesuai kemampuan pelanggan	8	40	12	60
Jumlah			41,25		58,75

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Pra Riset, 2023

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dijelaskan bahwasannya harga yang ditetapkan pihak PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, hal tersebut dapat terlihat dari sekitar 65% pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan lebih mahal dari harga pada perusahaan petikemas serupa lainnya, hal

tersebut mengindikasikan harga yang ditetapkan pada PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan belum efektif.

Sedangkan dari segi fasilitas yang disediakan oleh PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan mengenai bongkar muat kargo dari kapal kepada pemiliknya, dapat diindikasikan bahwa fasilitas yang disediakan masih belum optimal, hal tersebut berdasarkan atas permasalahan yang ditemukan peneliti dilapangan, seperti:

1. Masih minimnya SDM, misalnya dibagian pemeriksa, seharusnya 10 orang tetapi hanya 5 orang. Selanjutnya SDM pada bagian bongkar muat barang yang seharusnya memerlukan 60 peti kemas/jam, tetapi dikarenakan jumlah SDM yang kurang terpaksa hanya mampu 30-40 peti kemas/jam.
2. Belum memadainya infrastruktur pelabuhan, baik dari segi kualitas dan kuantitas.
3. Terbatasnya sarana prasarana, misalnya Data Cargo
4. Kurang tersedianya ruang tempat penyimpanan barang.

Hal tersebut di dukung dari hasil pra *survey* terhadap 20 responden sehingga di dapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.5
Hasil Kuesioner Pra-survey Mengenai Fasilitas

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Lokasi PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan mudah untuk dijangkau	10	50	10	50
2	PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan memberikan suasana nyaman yang mampu memancing respon intelektual maupun emosional pelanggan	9	45	11	55
3	PT Pelindo Petikemas Cabang Medan telah menggunakan perlengkapan modern yang dapat mendukung kinerja perusahaan	10	50	10	50
Jumlah			48,33		51,67

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Pra Riset, 2023

Berdasarkan tabel 1.5 dapat terlihat bahwa sebagian pelanggan menganggap fasilitas yang disediakan PT Pelindo Petikemas cabang Belawan belum efektif. Hal tersebut dapat terlihat dari tingkat persentase jawaban yang diberikan oleh pelanggan, bahwasannya terdapat sekitar 55% pelanggan menganggap suasana pada PT Pelindo Petikemas cabang Belawan belum dapat dikatakan nyaman sehingga tidak mampu untuk membuat respon intelektual maupun emosional pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan-permasalahan tersebut dalam sebuah tugas akhir yang berjudul **“Analisis Pelayanan Karyawan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan.”**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas, maka dapat dijelaskan identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pelanggan belum sepenuhnya puas terhadap jasa yang diberikan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan. dikarenakan pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Medan tidak jauh lebih baik dari pelayanan, harga, dan fasilitas pada perusahaan sejenis lainnya.
- b. pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan belum optimal, dikarenakan masih ada pegawai PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan memiliki sikap dan perilaku yang tidak

- bersahabat kepada pelanggan, bahkan justru banyak pelanggan yang menganggap pegawai hanya bersikap dan berperilaku yang bersahabat hanya kepada pelanggan-pelanggan yang sudah mereka kenal saja atau kepada pelanggan yang memang sudah dekat dengan pegawai.
- c. Harga yang ditetapkan oleh PT Pelindo Petikemas Cabang Belawan lebih mahal dari harga pada perusahaan petikemas serupa lainnya.
 - d. Pelanggan menganggap fasilitas yang disediakan PT Pelindo Petikemas cabang Belawan belum efektif, dikarenakan suasana pada PT Pelindo Petikemas cabang Belawan belum dapat dikatakan nyaman sehingga tidak mampu untuk membuat respon intelektual maupun emosional pelanggan.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian dimaksudkan agar pembahasan tidak menyimpang atau berkembang ke masalah lain. Berdasarkan terbatasnya waktu, ruang, dan gerak yang dialami oleh peneliti. Maka batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

- a. Variabel penelitian:
Variabel penelitian terdiri dari: Pelayanan karyawan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), serta kepuasan pelanggan (Y).
- b. Objek Penelitian:
PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan
- c. Populasi:
Populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh pelanggan tahun 2022 yang berjumlah sebanyak 216 pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan?
4. Apakah pelayanan karyawan, harga, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pelayanan karyawan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan di atas maka, dapat diambil manfaat:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian ilmu yang berguna bagi pengembangan ilmu, khususnya manajemen pemasaran mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis:

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperdalam wawasan dan pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran. Selain itu, dapat memperoleh informasi dan gambaran maupun masukan terhadap penelitian dalam kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, menambah sumber pemikiran dan sebagai pertimbangan untuk peningkatan kepuasan pelanggan.

3) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan mengenai hubungan pelayanan karyawan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan. Penelitian terkait dan hampir sama dengan penelitian dari Safri et al (2023) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung”, namun tetap masih terdapat perbedaan yang membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan saat ini merupakan penelitian originalitas yang dilakukan dan bukan plagiat dari penelitian sebelumnya. Adapun perbedaan tersebut antara lain:

1. Variabel penelitian: pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel harga, sedangkan pada penelitian saat ini tidak menggunakan variabel kualitas pelayanan.

2. Sampel penelitian : pada penelitian terdahulu menggunakan sebanyak 93 responden sedangkan pada penelitian yang saat ini sedang dilakukan menggunakan sebanyak 68 responden.
3. Objek penelitian: Penelitian terdahulu dilakukan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung, sedangkan pada penelitian saat ini dilakukan pada PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan.
4. Teknik penarikan sampel: pada penelitian terdahulu menggunakan teknik penarikan sampel *accidental sampling*, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan *random sampling*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang diuntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Indrasari (2019:87) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Sementara pengertian kepuasan pelanggan menurut Priansa (2017:197), adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2018:182), kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Suryati, (2015:93), merupakan tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri. Sedangkan Kasmir (2017:236), menyebutkan kepuasan pelanggan

merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Pendapat yang sama juga disampaikan Tjiptono (2016:146), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan atau tanggapan terhadap suatu barang atau jasa yang sesuai dengan harapan masyarakat.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017:209) ada tujuh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

1) Produk

Layanan produk yang baik akan memenuhi selera konsumen. Dasar penilaian ini meliputi, jenis produk, mutu dan kualitas produk dan persediaan produk.

2) Harga

Merupakan bagian dari produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian ini meliputi tingkat harga, dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi harga terhadap produk.

3) Promosi

Mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa pada konsumen.

4) Lokasi

Merupakan lokasi perusahaan dan konsumen, meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5) Pelayanan karyawan

Merupakan pelayanan yang memenuhi keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen, meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6) Fasilitas

Merupakan bagian dari atribut perusahaan berupa kelancaran operasional yang berhubungan dengan konsumen, seperti penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil, dan tempat ibadah.

7) Suasana

Merupakan faktor pendukung perusahaan karena penilaiannya meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017:197) mengatakan terlepas mengenai perbedaan konsepnya, realisasi kepuasan konsumen melalui program perencanaan, implementasi, dan pengendalian program memberikan beberapa manfaat pokok yaitu:

1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Merupakan persaingan perusahaan dalam pemotongan harga menjadi senjata strategis meraih pangsa pasar.

2) Manfaat ekonomik referensi konsumen *versus perceptual prospecting*

Merupakan biaya mempertahankan konsumen lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan biaya mencari konsumen baru.

3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Mempertahankan loyalitas konsumen pada barang dan jasa perusahaan untuk menghasilkan antusias yang lebih besar daripada pembelian individual.

4) Daya persuasif *word of mouth*

Pendapat atau opini konsumen lebih merekomendasikan produknya ke teman atau keluarga karena merasa puas atau sebaliknya.

5) Reduksi sensitivitas harga

Konsumen yang merasa loyal dan puas terhadap produk tersebut cenderung jarang menawar harga setiap pembeliannya

6) Kepuasan konsumen merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Pada hakekatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang panjang untuk membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima.

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Priansa (2017:203) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui :

1) Sistem keluhan dan saran

Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, kritik, oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, customer hot line. Ini semua dimaksudkan agar

perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2) Survey kepuasan konsumen

Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau bisa juga si perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.

3) Pembeli bayangan

Dalam hal ini perusahaan menyeluruh orang-orang tertentu untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani.

4) Analisis konsumen yang beralih

Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain. Dengan informasi yang diperoleh maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen.

e. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017:210) ada lima indikator dari kepuasan pelanggan antara lain:

1) Harapan

Harapan konsumen terhadap produk atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Produk yang sesuai harapan menjadikan konsumen merasa puas.

2) Kinerja

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.

3) Perbandingan

Membandingkan harapan kinerja produk atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual produk dan jasa tersebut.

4) Pengalaman

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari produk atau jasa yang berbeda.

5) Konfirmasi dan diskonfirmasi

Konfirmasi terjadi karena harapan sesuai kinerja aktual produk, sebaliknya diskonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Dalam menjalankan suatu aktivitas adanya pelaksanaan yang terarah mampu memberikan dampak positif untuk berjalannya suatu kegiatan. Persiapan pelaksanaan diharapkan mampu memberikan pengarahan untuk nantinya kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik.

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Pengertian lebih mudahnya adalah suatu kegiatan yang

dilakukan oleh seseorang atau sekumpulan orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Menurut Moenir (2016:16) menyatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan. Sedangkan pengertian pelayanan menurut Ratminto dan Winarsih (2015:34), yaitu suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Definisi pelayanan juga disampaikan oleh Hardiyansyah (2018:11) yang mengatakan bahwa pelayanan merupakan aktifitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus. Baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak yang lain. Istilah lain yang sejenis dengan pelayanan itu adalah pengabdian dan pengayoman.

Dari pengertian yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu aktifitas atau interaksi secara langsung untuk membantu, menyiapkan serta mengurus apa yang diperlukan orang lain.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* organisasi sehingga citra organisasi dimata masyarakat terus meningkat. Adanya citra organisasi yang baik, maka segala yang dilakukan oleh organisasi akan dianggap baik pula. Moenir (2016:88) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempegaruhi pelaksanaan pelayanan yaitu:

1) Faktor Kesadaran

Kesadaran menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang yaitu merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwa yang bersangkutan.

2) Faktor Aturan

Aturan merupakan perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Peran aturan harus dibuat, dipatuhi dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan tujuan.

3) Faktor Organisasi

Organisasi yang dimaksud tidak semata-mata dalam perwujudan dan susunan organisasi, melainkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang mamadai.

4) Faktor Pendapatan

Penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan untuk organisasi, baik dalam bentuk uang maupun fasilitas dalam jangka waktu tertentu

5) Faktor Keterampilan dan Kemampuan

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan pekerjaan berarti dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa, sedangkan keterampilan ialah kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan kerja yang tersedia

6) Faktor Sarana Pelayanan

Segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama dalam pelaksanaan pekerjaan.

c. Etika dalam Pelayanan

Indrasari (2019:59) mengatakan bahwa etika dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada perbuatan benar dan salah. Etika berarti kesantunan yaitu sikap lahir dan batin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani. Ketentuan yang diatur dalam etika secara umum adalah sebagai berikut:

1) Sikap dan Perilaku

Dalam prakteknya sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

2) Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap, dan perilaku.

3) Cara Berpakaian

Disini karyawan harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian nejis dan tidak kumal.

4) Cara Berbicara

Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus jelas, singkat dan tidak main-main.

5) Gerak-gerik

Gerak-gerik meliputi mimic wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan atau kaki.

d. Indikator Pelayanan Karyawan

Menurut Moenir (2016:97), agar layanan dapat memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka harus memiliki beberapa persyaratan, yang dalam penelitian ini dijadikan sebagai indikator dari pelayanan karyawan, diantaranya :

1) Tingkah laku yang sopan

Perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika.

2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.

Pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami

3) Waktu penyampaian yang tepat

Interval antara dua buah keadaan/kejadian, atau bisa merupakan lama berlangsungnya suatu kejadian

4) Keramah-tamahan

Sikap yang saling mengasihi dan menghormati sesama manusia untuk menjalin hubungan kerja sama yang baik karena kita adalah manusia sosial yang butuh orang lain

3. Harga

a. Pengertian Harga

Di dalam ekonomi teori pengertian harga, nilai, *utility*, merupakan konsep yang saling berhubungan. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:72), harga dalam arti luas tidak hanya sejumlah uang yang diserahkan kepada penjual untuk mendapatkan barang yang dibeli akan tetapi juga meliputi hal-hal di luar seperti waktu, usaha (pencarian), risiko psikologis (mobil bisa tabrakan), tambahan pengeluaran untuk jaminan (membayar asuransi).

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah: “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Artinya, jumlah uang yang dibebankan atau yang ditukar oleh konsumen untuk memiliki manfaat dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Sunyoto (2018:131),

yang mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara.

Menurut Sudaryono (2016:216), harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sedangkan menurut Alma (2016:169) mengatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Dari beberapa teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikeluarkan konsumen guna mengkonsumsi produk tersebut, sedangkan dari produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:313), faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga perusahaan:

1) Faktor Internal:

a) Tujuan pemasaran

Perusahaan menetapkan kelangsungan hidup (*survival*) sebagai tujuan utama jika perusahaan menghadapi kesulitan-kesulitan seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat.

b) Strategi bauran pemasaran

Harga hanyalah satu dari peralatan bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan

pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan desain produk, distribusi dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

c) Biaya

Biaya menjadi landasan bagi harga yang dapat perusahaan tetapkan atas produk-produknya. Perusahaan menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya untuk produksi, mendistribusikan, menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan risiko yang ditanggungnya. Biaya yang ditanggung perusahaan dapat menjadi unsur penting dalam strategi penetapan harga.

d) Pertimbangan keorganisasian suatu perusahaan

Manajemen harus memutuskan siapa di dalam organisasi tertentu yang harus menetapkan harga. Perusahaan-perusahaan menangani penentuan harga dalam berbagai cara. Di perusahaan-perusahaan kecil, harga sering ditetapkan oleh manajemen puncak bukan oleh departemen pemasaran atau penjualan.

2) Faktor Eksternal

a) Pasar dan permintaan

Biaya menjadi batas terendah harga, sedangkan pasar dan permintaan menjadi batas tertinggi harga. Baik konsumen maupun pembeli industri akan menyeimbangkan harga produk

atau jasa dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa tersebut.

b) Biaya, harga dan tawaran pesaing

Faktor eksternal lain yang mempengaruhi penetapan harga adalah biaya dan harga pesaing serta reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing atas langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan perusahaan tertentu.

c) Faktor-faktor eksternal lain

Kondisi perekonomian dapat berdampak kuat pada strategi penetapan harga oleh perusahaan. Faktor-faktor ekonomi seperti ledakan (*boom*) atau resesi, inflasi dan tingkat suku bunga yang mempengaruhi penetapan harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi baik biaya untuk memproduksi maupun persepsi konsumen mengenai harga dan nilai produk.

c. Tujuan Menetapkan Harga

Tujuan penetapan harga merupakan bentuk strategi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Menurut Tjiptono (2016:207) setiap keputusan mengenai strategi penetapan harga harus didasarkan atas tujuan spesifik yang hendak dicapai. Berikut 3 (tiga) kategori tujuan spesifik penetapan harga jasa, diantaranya:

- 1) Tujuan Berorientasi Pendapatan, pada umumnya perusahaan swasta merupakan perusahaan yang mengejar keuntungan. Perusahaan semacam ini berupaya untuk memaksimalkan laba dibandingkan pengeluaran. Sebaliknya, perusahaan jasa publik

cenderung lebih berfokus pada titik impas (*break-even point*). Namun, tidak sedikit perusahaan jasa publik yang menetapkan harga untuk mendapatkan *profit* pada beberapa unit lini produk jasanya.

- 2) Tujuan Berorientasi Kapasitas, yaitu sejumlah perusahaan berusaha menyesuaikan permintaan dan penawaran guna mencapai taraf pemanfaatan kapasitas produktif secara optimal pada waktu tertentu.
- 3) Tujuan Berorientasi Pelanggan, yaitu perusahaan-perusahaan yang berupaya memaksimalkan daya tariknya bagi tipe pelanggan spesifik harus menggunakan strategi penetapan harga yang mampu mengakomodasi perbedaan antar segmen pasar, perbedaan daya beli, perbedaan preferensi pelanggan atas berbagai alternatif tingkat layanan atau jasa.

d. Peranan Harga

Menurut Tjiptono (2016:212) harga memiliki peranan penting dalam manajemen pemasaran, dan peranan tersebut antara lain:

- 1) Peranan Alokasi dari Harga

Harga mempunyai fungsi yaitu bisa membantu para konsumen untuk dapat memutuskan cara mendapatkan manfaat tertinggi atas kemampuan belinya. Dengan adanya harga, diharapkan dapat membantu para konsumen untuk memilih dan mengalokasikan pembelianya pada jenis barang atau jasa. Harga juga berfungsi sebagai pembanding untuk barang alternatif atau sejenis yang

tersedia, dengan itu mereka dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana tersebut sesuai kebutuhan mereka.

2) Peranan Informasi dari Harga

Peran informasi dalam suatu penentuan harga yaitu memperkenalkan produk dengan faktor-faktor yang terdapat didalamnya kepada pelanggan, misalnya seperti mesin cuci. Informasi mempunyai manfaat utama yaitu ketika pembeli mengalami kesulitan ketika menilai faktor produksi atau manfaat secara objektif. Sehingga persepsi yang sering timbul yaitu bahwa semakin tinggi harga produk maka semakin tinggi juga kualitas produk tersebut.

e. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:318) menjelaskan ada 4 indikator yang mencirikan harga, adalah:

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merk harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga

lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4) Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

4. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah hal-hal yang berguna atau bermanfaat, yang berfungsi untuk mempermudah suatu kegiatan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu, memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya.

Fasilitas merupakan faktor penunjang yang digunakan yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk memudahkan konsumen mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya.

Sebelum perusahaan menawarkan jasa, perusahaan terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung jasa yang akan ditawarkan. Seperti pendapat Tjiptono (2016:317) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

Sedangkan menurut Daradjat (2012:230) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Pengertian fasilitas menurut Dessler (2015:40), adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu kegiatan, tujuannya yaitu untuk mengupayakan pengadaan sarana dan prasarana melalui sistem perencanaan secara hati-hati dan seksama kemudian mengupayakan pemakaian sarana dan pra sarana secara tepat dan efisien. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2017:150), mengatakan bahwa fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi.

Dari beberapa pendapat yang dirumuskan oleh para ahli mengenai pengertian fasilitas, dapat dirumuskan bahwa fasilitas berarti segala sesuatu yang bersifat fisik maupun material, yang dapat membantu memudahkan penyelesaian dalam segala kegiatan.

b. Jenis-Jenis Fasilitas

Menurut Yuliana (2017:274) fasilitas atau sarana dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu:

- 1) Fasilitas fisik yaitu segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibedakan, yang mempunyai peranan untuk

memudahkan dan melancarkan suatu usaha. Fasilitas fisik juga disebut fasilitas materiil.

- 2) Fasilitas uang yaitu segala sesuatu yang bersifat mempermudah suatu kegiatan sebagai akibat bekerjanya nilai uang. Fasilitas ini biasanya dalam manajemen keuangan atau pembiayaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Menurut Tjiptono (2016:317) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah:

- 1) Desain fasilitas

Suatu perencanaan atau perancangan yang dilakukan sebelum pembuatan suatu objek, sistem, komponen, atau struktur.

- 2) Nilai fungsi

Suatu konsep umum atau gagasan yang merujuk pada hal-hal yang dianggap benar, baik, berharga, penting, indah, pantas, dan dikehendaki oleh masyarakat secara umum di dalam kehidupannya.

- 3) Estetika

Sebuah keindahan yang sudah terbentuk tentunya harus dapat dirasakan oleh banyak orang

- 4) Kondisi yang mendukung

Situasi yang mengarahkan kemungkinan terjadinya sesuatu sesuai yang diinginkan.

5) Peralatan penunjang

Alat pendukung pelaksanaan operasional perusahaan

6) Laporan-laporan

Suatu bentuk penyampaian berita, keterangan, pemberitahuan ataupun pertanggungjawaban baik secara lisan maupun secara tertulis

7) Garansi

Suatu bentuk layanan pasca-transaksi konsumen (*post-consumer transaction*) yang diberikan untuk pemakaian barang yang digunakan secara berkelanjutan

d. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas menurut Tjiptono (2016:318) yaitu :

1) Pertimbangan/Perencanaan Spasial

Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk membuat seluruh pelanggan merasa nyaman.

2) Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan toilet dan musholla, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan dan Perabot

Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pelanggan.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pendukung untuk melakukan penelitian. Penelitian terdahulu memiliki acuan guna memperkuat hipotesis yang diajukan penulis. Telah banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji variabel tentang pelayanan karyawan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah tabel 2.1 perbandingan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian penulis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
1	Rahman (2017)	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan)	Variabel X = Pelayanan Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2	Srijani dan Hidayat (2017)	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center	Variabel X = Fasilitas Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh fasilitas secara keseluruhan terhadap kepuasan pelanggan
3	Apsari dan Suparwati (2017)	Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Salon Virlian Di Sidoarjo	Variabel X ₁ = Harga Variabel X ₂ = Pelayanan Variabel X ₃ = Fasilitas Variabel Y = Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini secara simultan harga, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsume
4	Rusmawati (2019)	Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan	Variabel X ₁ = Harga Variabel X ₂ = Fasilitas	Regresi Linear Berganda	Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa harga kamar dan

		Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya	Variabel Y = Kepuasan Konsumen		fasilitas hotel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan, dan variabel yang paling dominan adalah harga kamar.
5	Akbarezky dan Santoso (2019)	Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Malang	Variabel X_1 = Harga Variabel X_2 = Fasilitas Variabel Y = Kepuasan konsumen	Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan fasilitas merupakan variabel yang paling berpengaruh
6	Paris, dkk (2020)	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel	Variabel X = Harga Variabel Y = Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menemukan bahwa harga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
7	Rayendra, dkk (2020)	Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang	Variabel X_1 = Harga Variabel X_2 = Fasilitas Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang
8	Wicaksono (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bumi	X_1 = Kualitas layanan X_2 = Harga X_3 = Kepercayaan Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan kepercayaan kerja berpengaruh

		Bahari Gemilang EMKL			positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
9	Marpaung dan Saputri (2021)	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi	Variabel X = Harga Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Sederhana	Berdasarkan hasil analisis pada variabel harga sudah dalam kategori yang cukup baik, variabel kepuasan pelanggan sudah dalam kategori yang baik dan harga berpengaruh terhadap kepuasan
10	Asfar dan Suropto (2021)	<i>The Effect of Services and Prices On Customer Satisfaction</i>	Variabel X ₁ = Pelayanan Variabel X ₂ = Harga Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	<i>Multiple regression</i>	<i>The result oof turned out to be Service, and Simultaneous prices have a positive and significant influence on customer satisfaction.</i>
11	Fadillah dan Haryanti (2021)	Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima	X ₁ = Fasilitas X ₂ = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi linear berganda	Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima, sedangkan fasilitas tidak berpengaruh
12	Sonya dan Suhardi (2022)	Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam	Variabel X ₁ = Fasilitas Variabel X ₂ = Pelayanan Variabel Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Panasera di Batam

13	Lutfillah et al (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas TPK Pantoloan	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi linear sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
14	Asniar et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bongkar Muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Cabang Kendari	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi linear sedernaha	Hasil penelitian menggunakan uji parsial menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif
15	Safri et al (2023)	Pengaruh Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung	X ₁ = Fasilitas X ₂ = Kualitas Pelayanan X ₃ = Kinerja Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Regresi linear berganda	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dimaksudkan untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah melalui analisis penelitian (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016:21).

1. Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Moenir (2016:16) menyatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa jika suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah memuaskan pelanggannya dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas. Hal itu dikarenakan dalam membangun landasan yang kuat dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dibutuhkan pelayanan yang berkualitas. Layanan (*services*) merupakan sesuatu yang tidak dapat diciptakan secara tiba-tiba melainkan harus dibentuk secara perlahan-lahan. Layanan (*services*) mengacu pada konsumen yang memegang dengan erat suatu ingatan unik dalam ingatannya terhadap suatu produk atau jasa. Tjiptono (2016:125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen.

2. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah: “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Artinya, jumlah uang yang dibebankan atau yang ditukar oleh konsumen untuk memiliki manfaat dalam menggunakan suatu produk atau layanan.

Peter dan Olson (2013:245), mengatakan bahwa harga yang sesuai dengan apa yang telah konsumen keluarkan untuk membayar harga tersebut

akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Meskipun harga merupakan salah satu dari elemen pengukur kepuasan konsumen, menentukan strategi harga yang tepat dapat juga digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang akan diambil.

3. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

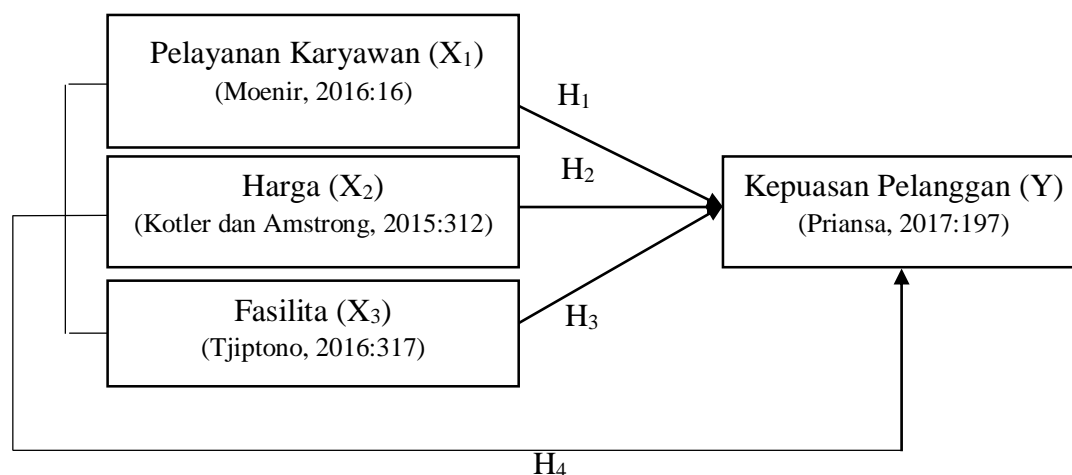
Tjiptono (2016:317) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam perusahaan, hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan secara maksimal agar konsumen dapat merasakan nyaman dan puas. Fasilitas jasa sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen. Persepsi yang timbul dari interaksi antara konsumen dengan fasilitas jasa sangat berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata konsumen. Dapat disimpulkan bahwa dengan menyediakan berbagai fasilitas fisik yang baik, akan memberikan persepsi positif bagi para konsumen sehingga konsumen akan merasa puas, sedangkan apabila fasilitas yang diberikan kurang memadai atau kurang baik, akan menciptakan persepsi negatif sehingga para konsumen merasa tidak puas yang nantinya dapat berakibat beralihnya konsumen kepada pesaing yang lain.

4. Hubungan Pelayanan Karyawan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Priansa (2017:197), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Menurut Priansa

(2017:209) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu pelayanan karyawan, harga dan fasilitas.

Berdasarkan teori-teori yang berhasil penulis kumpulkan dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka hubungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan pada sebuah kerangka konseptual berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 2.1 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari pelayanan karyawan (X_1), harga (X_2), dan fasilitas (X_3) memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pernyataan hipotesis dibangun dari teori untuk memprediksi hubungan antara konsep (variabel) dalam penelitian (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016:22). Berdasarkan kaitan antara masalah yang dirumuskan maka dapat disusun suatu hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

- H₁ = Pelayanan karyawan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan.
- H₂ = Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan.
- H₃ = Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan.
- H₄ = Pelayanan karyawan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017:7). Menurut Sugiyono (2017:8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu asosiatif, alasan menggunakan jenis penelitian ini dikarenakan jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:37).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Adapun fokus pelaksanaan penelitian ini pada kantor pusat PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan, yang berada di Graha Pelindo Satu, Jalan Lingkar Pelabuhan No. 1 Belawan, Medan-20411, Sumatera Utara, Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada April tahun 2022 dan target penyelesaiannya hingga sidang meja hijau pada Agustus tahun 2023, dan untuk lebih jelasnya peneliti telah menyusun skedul kegiatan penelitian secara rinci dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Skedul Penelitian

No	Kegiatan	Apr 2023				Mei 2023				Jun 2023				Jul s/d Agust 2023				Sept 2023				April 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																							
2	Pra Riset	■	■	■																					
3	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■																	
4	Bimbingan Proposal					■	■	■	■																
5	Seminar Proposal									■															
6	Pengumpulan Data									■	■	■													
7	Pengolahan Data										■	■	■												
8	Penyusunan Skripsi											■	■	■											
9	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■								
10	Seminar Hasil																	■	■	■	■				
11	Sidang Meja Hijau																					■	■	■	■

Sumber: Penulis (2023)

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah untuk membatasi ruang lingkup dan pengertian-pengertian variabel-variabel yang diamati atau diteliti. Definisi operasional juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan pengembalian instrumen atau alat ukur (Notoatmodjo, 2018:112). Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Priansa (2017:197), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.	1. Harapan 2. Kinerja 3. Perbandingan 4. Pengalaman 5. Konfirmasi dan diskonfirmasi (Priansa, 2017:210)	Likert
2	Pelayanan (X ₁)	Menurut Moenir (2016:16) menyatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan	1. Tingkah laku yang sopan 2. Cara menyampaikan sesuatu. 3. Waktu penyampaian yang tepat 4. Keramah-tamahan (Moenir, 2016:97)	Likert
3	Harga (X ₂)	Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah: <i>“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service”</i> . Artinya, jumlah uang yang dibebankan atau yang ditukar oleh konsumen untuk memiliki manfaat dalam menggunakan suatu produk atau layanan.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga (Kotler dan Armstrong, 2015:318)	Likert
4	Fasilitas (X ₃)	Tjiptono (2016:317) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.	1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial 2. Perencanaan Ruang 3. Perlengkapan dan Perabot (Tjiptono, 2016:318)	Likert

D. Populasi dan Sampel /Jenis dan Sumber Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh jumlah *customer* PT Pelindo Terminal Petikemas Cabang TPK Belawan tahun 2022 yang berjumlah sebanyak 216 pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Dalam hal ini, untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, salah satunya dapat menggunakan rumus Slovin (Umar, 2021:77), salah satu rumus yang sederhana dan mudah dihitung dengan batas toleransi 10%. Menurut Nalendra, dkk (2021:27), rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Ukuran sampel menurut Slovin ditentukan berdasarkan rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

(Umar, 2021:78)

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (0,10)

Berdasarkan rumus di atas, dengan batas toleransi sebesar 10% maka dapat diketahui besarnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

$$n = \frac{216}{1 + 216(0,10)^2}$$

$$n = \frac{216}{1 + 2,16} = \frac{216}{3,16} = 68,35 \cong 68$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 68 orang/responden. Dengan teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85), *random sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *random sampling* adalah karena peneliti menganggap bila semua anggota populasi itu sama/homogen kedudukannya. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan secara acak kepada pelanggan yang berada di tempat ketika peneliti melakukan penyebaran kuesioner.

3. Jenis Data Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Siyoto dan Sodik, 2015:68).

Dalam hal ini, yang menjadi data kuantitatif yaitu jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner mengenai pelayanan, harga, fasilitas, dan kepuasan pelanggan.

4. Sumber Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:137), pengumpulan data dalam dilakukan dalam berbagai sumber, bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data menggunakan sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sarwono, 2016:137).

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisoner kepada pelanggan PT Pelindo Terminal Petikemas cabang TPK Belawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2017:224), menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini, yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142).

Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi terhadap konsumen diukur dengan menggunakan skala likert. Skala *likert* merupakan kesepakatan yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan tingkatan (Sugiyono, 2017:93), sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2017:147). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian atau uji kualitas data ada dua jenis:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Manullang dan Pakpahan, 2014:90). Menurut Manullang dan Pakpahan (2014:91), suatu pertanyaan atau pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,3$.

b. Uji Reliabilitas

Manullang dan Pakpahan (2014:92), menjelaskan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna menguji kualitas data penelitian. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji Multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, suatu data berdistribusi normal secara histogram apabila pola distribusi tidak menceng ke kiri dan ke kanan, serta gambar histogram berbentuk lonceng.

Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil, sehingga harus dilakukan pengujian dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis

lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2018:161).

2) Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *non parametik Kolgomorov-Smirnov* (K-S) tingkat signifikansi (α) 0.05. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 2018:166):

H_0 : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung > 0.10

H_a : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung
 < 0.10

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai

$tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018:107).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Sebaliknya, jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya (Ghozali, 2018:138), adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisa regresi berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variable* (variabel terikat) dengan dua atau lebih *independent variable* (variabel bebas) (Arikunto, 2016:339), dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

a = Konstan

b₁ = Koefisien Regresi Variabel Pelayanan

X₁ = Variabel Pelayanan

b₂ = Koefisien Regresi Variabel Harga

X₂ = Variabel Harga

b₃ = Koefisien Regresi Variabel Fasilitas

X₂ = Variabel Fasilitas

e = Error

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganalisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independent. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan

variasi variabel dependen, dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan (t hitung) lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018:98).

b. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah, uji F menguji koefisien regresi secara keseluruhan/bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan (F hitung) dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a (Ghozali, 2018:98).

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel penelitian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2018:97).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

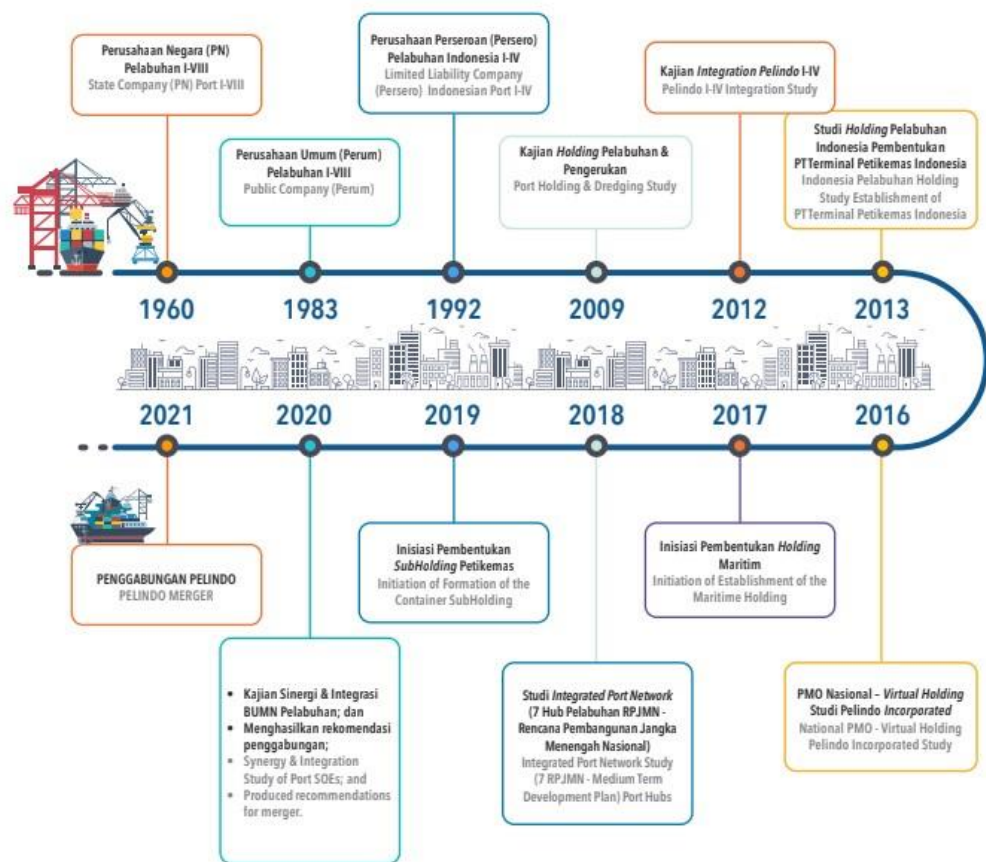
1. Gambaran Umum PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

a. Sekilas Tentang PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

PT Pelabuhan Indonesia (Persero), merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sektor Perhubungan Laut yang bergerak dalam bidang perusahaan jasa kepelabuhan. Sebelumnya dikenal dengan nama PERUM Pelabuhan, yang kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 1991 tanggal 19 Oktober 1991 tentang Pengalihan Bentuk Perum Pelabuhan I menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) beralih menjadi PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), PT Pelabuhan Indonesia II (Persero), PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), dan PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero).

PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), PT Pelabuhan Indonesia II (Persero), PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), dan PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) adalah perusahaan BUMN Non-Listed yang sahamnya 100% dimiliki oleh Kementerian BUMN selaku Pemegang Saham mewakili Negara Republik Indonesia. Pada tanggal 1 Oktober 2021, secara legal PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dan PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) digabungkan ke dalam PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 101 Tahun 2021. PT Pelabuhan Indonesia II

(Persero) bertindak sebagai surviving entity (perusahaan yang bertahan). Kemudian berdasarkan Surat Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No. S-756/MBU/10/2021 tanggal 1 Oktober 2021 perihal Persetujuan Perubahan Nama, Perubahan Anggaran Dasar dan Logo Perusahaan, PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) berganti nama menjadi “PT Pelabuhan Indonesia (Persero) atau disingkat Pelindo”.



Gambar 4.1
Proses Terbentuknya PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

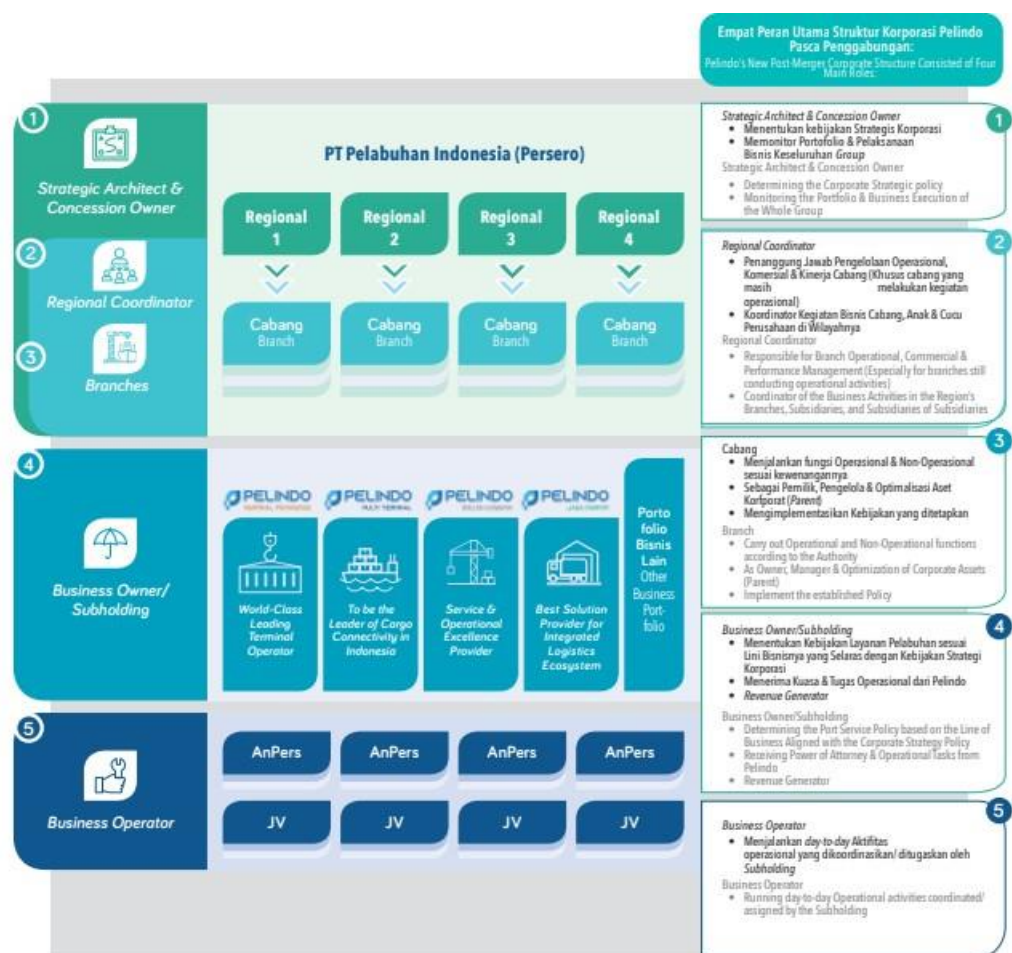
Sumber: PT Pelabuhan Indonesia (Persero), 2023

Perjalanan Penggabungan Pelindo sebelumnya telah lama diwacanakan. Dimulai pada tahun 2009, dilakukan penyusunan Kajian Holding Pelabuhan dan Pengerukan. Kemudian disusul pada tahun 2012 telah disusun Kajian Integrasi Pelindo I, II, III, dan IV. Selanjutnya pada

tahun 2013, telah disusun juga studi Holding Pelabuhan Indonesia dan pembentukan PT Terminal Petikemas Indonesia. Pada tahun 2016, dibentuk PMO Nasional dan dilanjutkan dengan penyusunan studi Pelindo Incorporated, yang saat itu bermaksud untuk menyatukan Anak Perusahaan dari PT Pelabuhan Indonesia I, II, III dan IV (Persero) yang memiliki bidang usaha sejenis. Selanjutnya, pada tahun 2017 dilaksanakan inisiasi Pembentukan Holding Maritim dan pada tahun 2018 dilaksanakan studi Integrated Port Network yang mengidentifikasi 7 (tujuh) Hub Pelabuhan RJPMN, hingga pada tahun 2019 dilaksanakan inisiasi Pembentukan Subholding Petikemas.

Perkembangan berikutnya adalah terbentuknya Tim Percepatan Peningkatan Sinergi dan Integrasi Badan Usaha Milik Negara dalam Layanan Pelabuhan oleh Kementerian BUMN pada bulan Desember 2019 yang tertuang dalam Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. SK-311/MBU/12/2019, sebagai bagian dari program strategis pemerintah untuk meningkatkan konektivitas perdagangan yang dapat berkontribusi menurunkan biaya logistik nasional. Keputusan ini kemudian terus diperbarui dalam Keputusan Menteri BUMN No. SK-83/MBU/Wk2/11/2020 tanggal 13 November 2020 dan Keputusan Menteri BUMN No. SK-33/MBU/Wk2/03/2021 tanggal 29 Maret 2021. Kementerian BUMN berinisiatif untuk menjalankan proses konsolidasi BUMN dalam Layanan Kepelabuhanan agar penataannya tidak berdasarkan wilayah dan memberikan kapasitas maksimal dalam konektivitas maritim dan konektivitas dengan kawasan strategis yang

terkait di seluruh Indonesia. Dengan demikian, BUMN dalam layanan pelabuhan dapat menjadi lebih efisien dalam operasional dan investasi, tercipta jaringan transportasi laut yang optimal, serta dapat memberikan pelayanan yang prima dengan didukung oleh infrastruktur kepelabuhanan yang standar dan memadai. Hal ini diwujudkan melalui penyusunan Kajian Sinergi dan Integrasi BUMN Pelabuhan yang menghasilkan output berupa desain penggabungan keempat Pelindo pada tahun 2020.



Gambar 4.2
Desain Penggabungan PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Sumber: PT Pelabuhan Indonesia (Persero), 2023

b. Visi dan Misi PT Pelabuhan Indonesia (Persero)**Visi PT Pelabuhan Indonesia (Persero)**

“Menjadi pemimpin ekosistem maritim terintegrasi dan berkelas dunia”

Visi di atas bermakna bahwa pernyataan cita-cita Perusahaan menjadi pintu gerbang utama jaringan logistik global di Indonesia. Cita-cita ini muncul dilandasi dengan potensi geografis, peluang bisnis serta kebijakan nasional yang membuka peluang bagi perusahaan untuk merealisasikan visi dimaksud.

Misi PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

“Mewujudkan jaringan ekosistem maritim nasional melalui peningkatan konektivitas jaringan dan integrasi pelayanan guna mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia”.

Misi di atas memiliki makna bahwa PT Pelabuhan Indonesia (Persero) menyediakan Jasa Kepelabuhan & Maritim yang Handal & Terintegrasi dengan Kawasan Industri untuk Mendukung Jaringan Logistik Indonesia & Global dengan Memaksimalkan Manfaat Ekonomi Selat Malaka.

c. Sejarah Singkat PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Indonesia memiliki sejarah panjang sebagai negara maritim. Di masa lalu, kerajaan-kerajaan maritim nusantara seperti Sriwijaya, Majapahit, kerajaan di Maluku pernah memegang kunci jalur perdagangan dunia lewat rempah-rempah. Pedagang-pedagang dari Gujarat dan China mengambil rempah-rempah dari Kepulauan Maluku lalu mengirimkannya

melalui kapal-kapal dagang menuju Cina, Semenanjung Arab, Eropa, hingga ke Madagaskar.

Pelabuhan-pelabuhan kecil di Indonesia menjadi tempat persinggahan dan pusat perdagangan yang mempertemukan para pedagang dari berbagai bangsa, sehingga menjadi bandar niaga yang besar. Hal ini melatari lahirnya Pelabuhan Indonesia di era kemerdekaan.

Sebelumnya, untuk mengelola kepelabuhanan di Indonesia, dibentuk 4 pelindo yang terbagi berdasar wilayah yang berbeda. Pelindo I misalnya mengelola pelabuhan di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, Riau dan Kepulauan Riau. Pelindo I dibentuk berdasar PP No.56 Tahun 1991, sedang nama Pelindo I ditetapkan berdasar Akta Notaris No.1 tanggal 1 Desember 1992.

Pelindo II mengelola pelabuhan di wilayah 10 provinsi, yaitu Sumatera Barat, Jambi, Sumatera Selatan, Bengkulu, Lampung, Bangka Belitung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Kalimantan Barat. Pelindo II dibentuk berdasar PP No.57 Tahun 1991, Pelindo II Persero) didirikan berdasar Akta Notaris Imas Fatimah SH, No.3, tanggal 1 Desember 1992.

Pelindo III mengelola pelabuhan di wilayah 7 provinsi, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Bali, NTB dan NTT. Pembentukan Pelindo III tertuang dalam Akta Notaris Imas Fatimah, SH No.5 tanggal 1 Desember 1992, berdasar PP No.58 Tahun 1991.

Sedang Pelindo IV mengelola pelabuhan di wilayah 11 provinsi, yaitu Provinsi Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Sulawesi Selatan,

Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Gorontalo, Sulawesi Utara, Maluku, Maluku Utara, Papua, dan Papua Barat. Pelindo IV dibentuk berdasar PP No. 59 Tanggal 19 Oktober 1991. Sedang akta pembentukannya adalah Akta Notaris Imas Fatimah, SH no,7 tanggal 1 Desember 1992.

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

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

d. Ruang Lingkup Kegiatan PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

PT Pelindo Terminal Petikemas (Pelindo TPK) sebagai penyedia pelayanan jasa terminal petikemas antar pulau dan internasional menyediakan berbagai pelayanan kepada para pengguna jasa. Layanan yang diberikan oleh Pelindo TPK antara lain adalah layanan kegiatan

Stevedoring, Haulage, Receiving/Delivery, Penumpukan, Pelayanan Dermaga dan Jasa Lainnya.

PT Pelindo TPK memberikan pelayanan selama 24/7 yang ditunjang dengan sistem terintegrasi secara online untuk kegiatan pelayanan di Terminal, Billing maupun pelayanan untuk Pengguna Jasa. Berdasarkan keputusan Menteri perhubungan No.KM.88/AL.305/Phb-85 tentang Perusahaan Bongkar Muat Barang dari dan ke kapal menegaskan bahwa ruang lingkup kegiatan bongkar muat barang di pelabuhan meliputi:

- 1) Kegiatan *Stevedoring* yaitu kegiatan jasa pelayanan membongkar dari/ke kapal, dermaga, tongkang, truk atau memuat dari/ke dermaga.Tongkang, truk, dermaga, tongkang, truk ke/dalam palka kapal dengan menggunakan Derek kapal.
- 2) *Shifting* adalah memindahkan muatan di dalam palka yang sama atau palka yang berbeda atau lewat darat.
- 3) *Lashing/unlashing* adalah mengikat/memperkuat muatan atau sebaliknya, melepas ikatan/penguat muatan.
- 4) *Dunnaging* adalah memasang alat/memisah muatan (*dunnage separation*).
- 5) *Sweeping* adalah mengumpulkan muatan-muatan yang tercecer.
- 6) *Bagging/unbagging* adalah memasukan muatan curah ke karung atau sebaliknya, yaitu mencurah muatan dari karung.
- 7) *Restowage* adalah menyusun kembali muatan di dalam palka kapal.
- 8) *Sorting* adalah pekerjaan memilih/memisahkan muatan yang tercampur atau muatan yang rusak.

- 9) *Trimming* adalah meratakan muatan dalam palka kapal.
- 10) *Cleaning* adalah pekerjaan membersihkan palka kapal.
- 11) *Opening/closing hatches* adalah membuka/menutup palka kapal
- 12) *Rain-tent cover up* adalah pekerjaan menutup palka dengan menggunakan plastik/tenda hujan pada waktu hujan.

Lebih lanjut Keputusan Menteri Perhubungan No. KM.88/AL.305/Phb-85 tentang Perusahaan Bongkar Muat dari dan ke kapal menegaskan bahwa ruang lingkup di pelabuhan meliputi :

- 1) Kegiatan *Cargodoring*, yaitu kegiatan jasa pelayanan yang berupa pekerjaan mengeluarkan *sling (extackle)* dari lambung kapal di atas dermaga, dan menyusun di dalam gudang lini I atau lapangan penumpukan barang atau sebaliknya. Kegiatan di atas belum termasuk meliputi:
 - a) *Longdistance* adalah kegiatan memindahkan barang dari samping kapal (*aks tackle*) ke gudang/tempat penumpukan lain yang merupakan gudang/tempat penumpukan dimana kapal sandar atau sebaliknya yang jaraknya melebihi 130 meter.
 - b) *Overbrenge*n (pindah lokasi) adalah memindahkan barang dari gudang/tempat penumpukan yang satu ke gudang/tempat penumpukan lainnya dalam daerah pelabuhan atau dari *ship-side* ke gudang khusus untuk itu.
 - c) Angkutan Bandar adalah alat angkut untuk memindah barang dari kapal ke dermaga atau, sebaliknya, dengan menggunakan tongkang.

- 2) Kegiatan *Receiving/Delivery*, yaitu kegiatan jasa pelayanan yang berupa pekerjaan mengambil dari timbunan barang/tempat penumpukan barang di gudang lini I atau lapangan penumpukan barang dan menyerahkan barang sampai tersusun di atas kendaraan/alat angkut secara rapat di pintu darat lapangan penumpukan barang atau sebaliknya.

e. Kewajiban PT Pelindo Terminal Petikemas

Selama melakukan usahanya, penyedia jasa untuk bongkar muat memiliki kewajiban yang harus dipenuhi. Berikut beberapa kewajibannya:

- 1) Melaksanakan ketentuan yang sudah ditetapkan dalam izin usaha dan kebijaksanaan umum pemerintah di bidang penyelenggaraan kegiatan bongkar muat dari dan ke kapal.
- 2) Memenuhi batasan minimal kecepatan bongkar muat yang sudah ditetapkan pada setiap Pelabuhan.
- 3) Mengenakan/memberlakukan tarif yang berlaku sesuai peraturan.
- 4) Meningkatkan keterampilan kerja.
- 5) Bertanggung jawab kepada barang yang berada di bawah pengawasannya.
- 6) Perusahaan bongkar muat bertanggung jawab kepada kerusakan alat bongkar muat (gear) kapal. Kerusakan yang disebabkan oleh kesalahan, kelalaian orang-orang yang bekerja di bawah pengawasannya.
- 7) Membuat laporan kegiatan usaha kepada:

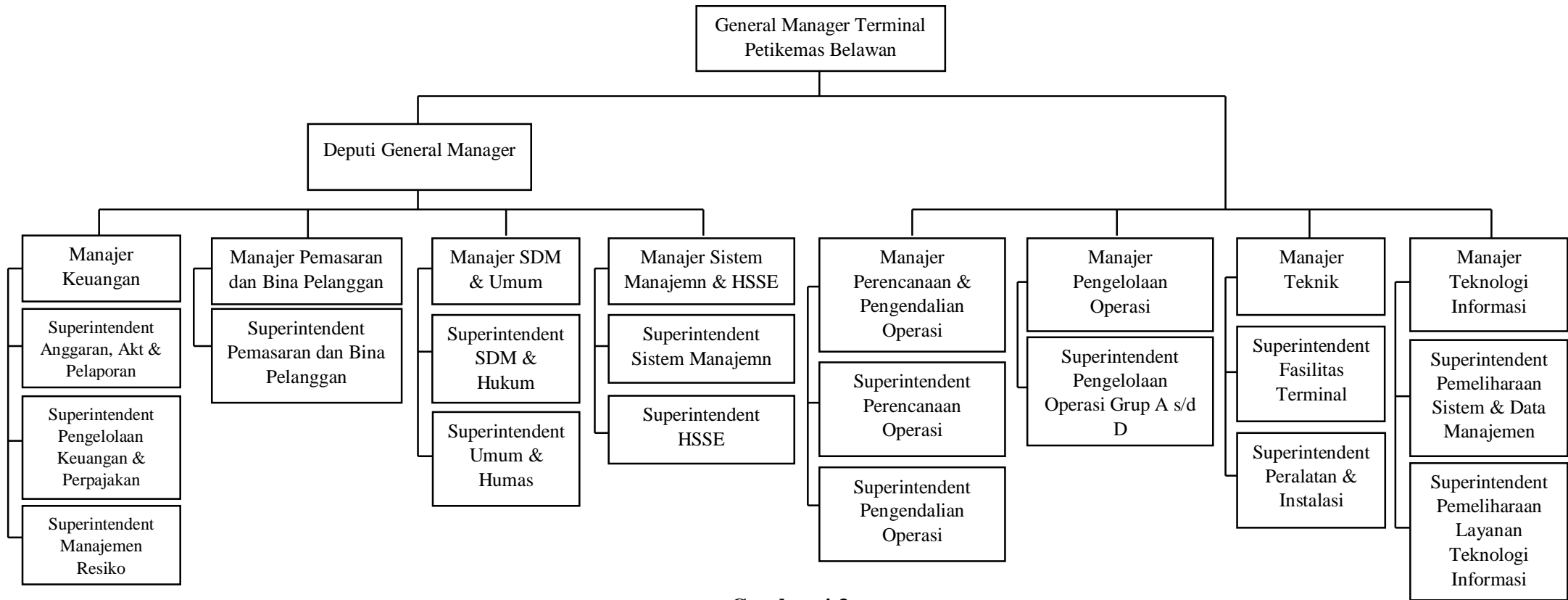
- a) Administrator pelabuhan setempat dengan membuat berupa laporan harian, bulanan, dan tahunan.
- b) Direktur Jenderal Perhubungan Laut, lebih tepatnya Kepala Direktorat Lalu Lintas Angkutan Laut dan Kakanwilhubla setempat dengan membuat berupa laporan bulanan dan tahunan.

8) Menaati segala peraturan perundangan yang berlaku

f. Struktur Organisasi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Struktur organisasi perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Untuk itulah maka struktur organisasi didisain dengan kebutuhan dan keadaan perusahaan. Struktur organisasi yang diciptakan haruslah mampu menggunakan seluruh daya yang dimiliki oleh perusahaan secara optimal.

Sesuai dengan keputusan direksi PT.(Persero) Pelabuhan Indonesia I Medan No.PR.01/1/14/P.1-01 tentang organisasi dan tata kerja kantor pusat PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan bahwa struktur organisasi perusahaan adalah berbentuk garis dan staf. Berikut struktur organisasi dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero):



Gambar 4.3

Struktur Organisasi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Sumber: PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan, 2023

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan perusahaan dari pada responden.

a. Deskripsi Status Perusahaan

Status perusahaan merupakan salah satu aspek legal perusahaan yang mencakup bagaimana fungsi suatu organisasi yang dipimpin pada sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini, status perusahaan yang dimaksud meliputi kantor pusat, kantor cabang, anak perusahaan dan agen perusahaan:

Tabel 4.1
Status Perusahaan

Status Perusahaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Pusat	23	33,82
Cabang	30	44,12
Anak Perusahaan	12	17,65
Agen Perusahaan	3	4,41
Total	68	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang merupakan perusahaan yang bekerja sama dengan PT Pelindo (Persero) Terminal Peti Kemas Cabang TBK Belawan adalah perusahaan cabang yaitu sebanyak 30 perusahaan atau sebesar 44,12%, sedangkan perusahaan yang berstatus sebagai perusahaan pusat ada sebanyak 23 perusahaan atau sebesar 33,82%, sementara untuk anak perusahaan ada sebanyak 12 perusahaan atau sebesar 17,65% dan sisanya merupakan agen perusahaan yaitu ada sebanyak 3 perusahaan atau sebesar 4,41%.

b. Deskripsi Jenis Perusahaan

Dalam penelitian ini, jenis perusahaan yang dimaksud yaitu jenis perusahaan berdasarkan kepemilikan atau status hukum. Masing-masing kantor dengan statusnya memiliki porsi fungsi organisasi dan wewenang yang berbeda-beda. Setiap perusahaan wajib memiliki Tanda Daftar Perusahaan (TDP), yaitu daftar catatan resmi yang diadakan menurut atau berdasarkan ketentuan undang-undang atau peraturan-peraturan pelaksanaannya, dan memuat hal-hal yang wajib didaftarkan oleh setiap perusahaan serta disahkan oleh pejabat yang berwenang. Jenis perusahaan berdasarkan kepemilikan atau status hukum antara lain: Perseroan Terbatas Negara (Persero), PT (Perseroan Terbatas), CV (Perseroan Komanditer), dan Perseorangan.

Tabel 4.2
Jenis Perusahaan

Jenis Perusahaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Persero	5	7,35
PT	37	54,41
CV	20	29,41
Perseorangan	6	8,82
Jumlah	68	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui jenis perusahaan yang bekerja sama dengan PT Pelindo (Persero) Terminal Peti Kemas Cabang TBK Belawan, bahwa mayoritas berjenis perusahaan Perseroan Terbatas (PT) yaitu ada sebanyak 37 perusahaan atau sebesar 54,41%, perusahaan dengan jenis Perseroan Komanditer (CV) ada sebanyak 20 perusahaan atau sebesar 29,41%, sedangkan perusahaan perseorangan ada sebanyak 6

perusahaan atau sebesar 8,82% dan sisanya ada sebanyak 5 Perusahaan Perseroan Terbatas Negara (Persero) atau sebesar 7,35%.

c. Deskripsi Lama Jadi Pelanggan

Lamanya perusahaan menjadi pelanggan dari suatu produk atau jasa seringkali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan pengalaman perusahaan:

Tabel 4.3
Masa Pelanggan

Masa Kerja	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1 Tahun	3	4,41
2 – 3 Tahun	15	22,06
4 – 5 Tahun	26	38,24
>5 Tahun	24	35,29
Tahun	68	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah perusahaan yang telah menjadi pelanggan selama 4-5 tahun yaitu sebanyak 24 perusahaan atau sebesar 35,29%, sedangkan perusahaan yang telah menjadi pelanggan >5 tahun ada sebanyak 24 perusahaan atau sebesar 35,29%, dan perusahaan yang telah menjadi pelanggan selama 2-3 tahun ada sebanyak 15 perusahaan atau sebesar 22,04%, dan yang terakhir sisanya yaitu perusahaan yang telah menjadi pelanggan selama 1 tahun ada sebanyak 3 perusahaan atau sebesar 4,41%.

3. Hasil Analisis Data

Untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang tepat diperlukan analisis data yang benar. Sebelum data dianalisis maka terlebih dahulu dilakukan uji instrument, uji persyaratan analisis, yaitu uji asumsi klasik, uji regresi linear dan uji hipotesis.

a. Hasil Uji Instrumen

1) Hasil Pengujian Validitas

Data yang dianalisis diperoleh dari hasil uji instrumen angket, setelah data didapat maka dilakukan pengujian validitas yang dihitung dengan bantuan program Microsoft Excel. Uji validitas yang digunakan yaitu analisis *scale* yang melihat tabel *item-total statistic* dan pada kolom *corrected item-Total Correlation*. Menurut Sugiyono, (2017:133), item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,30$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas yang diperoleh dari penelitian ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pelayanan Karyawan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	24.9412	22.504	.661	.773
Butir2	24.8971	24.094	.444	.805
Butir3	24.9265	24.189	.512	.794
Butir4	24.8824	23.687	.544	.790
Butir5	24.9559	23.088	.544	.790
Butir6	24.6324	22.684	.671	.772
Butir7	24.4853	23.895	.494	.797
Butir8	24.4412	24.937	.384	.812

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai R hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) $> 0,3$ (R Tabel). Diketahui jumlah pertanyaan pada variabel pelayanan adalah 8 pernyataan. Diketahui

seluruh nilai R hitung (*Corrected Item Total Correlation*) > 0,3 (R tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid. Sedangkan hasil uji validitas dari harga terdapat pada tabel:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Harga

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	24.6324	24.714	.576	.826
Butir2	24.6176	24.837	.595	.823
Butir3	24.5735	24.606	.565	.827
Butir4	24.6471	26.232	.476	.837
Butir5	24.6324	24.475	.625	.819
Butir6	24.6765	24.491	.553	.829
Butir7	24.3676	24.863	.602	.822
Butir8	24.1618	25.302	.645	.819

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai R hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,3 (R Tabel). Diketahui jumlah pertanyaan pada variabel harga adalah 8 pernyataan. Diketahui seluruh nilai R hitung (*Corrected Item Total Correlation*) > 0,3 (R tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid. Sedangkan untuk hasil pengujian validitas dari variabel fasilitas dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Fasilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	19.1324	14.296	.613	.763
Butir2	19.0735	13.681	.644	.755
Butir3	19.2059	14.882	.554	.777
Butir4	18.8824	15.628	.510	.786
Butir5	18.8529	15.500	.461	.797
Butir6	19.0441	14.222	.596	.767

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai R hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,3 (R Tabel). Diketahui jumlah pertanyaan pada variabel fasilitas adalah 6 pernyataan. Diketahui seluruh nilai R hitung (*Corrected Item Total Correlation*) > 0,3 (R tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid. Sementara untuk hasil pengujian validitas dari variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	33.5441	31.416	.473	.816
Butir2	33.3088	30.455	.652	.797
Butir3	33.4853	32.015	.564	.807
Butir4	33.4118	33.589	.392	.822
Butir5	33.3824	30.508	.569	.805
Butir6	33.5735	31.562	.485	.814
Butir7	33.7206	33.219	.389	.823
Butir8	33.3971	29.885	.615	.800
Butir9	33.2794	31.995	.460	.816
Butir10	33.3529	30.709	.536	.809

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai R hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,3 (R Tabel). Diketahui jumlah pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan adalah 10 pernyataan. Diketahui seluruh nilai R hitung (*Corrected Item Total Correlation*) > 0,3 (R tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid.

2) Hasil Pengujian Reliabilitas

Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu jika koefisien

Cronbach Alpha > 0,60 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi *Cronbach Alpha* ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS versi 24.0. Jika dibuat dalam bentuk tabel maka akan menjadi seperti berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	8

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari tabel *output* 4.8, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,813 kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan yang terdapat pada variabel pelayanan yang sedang diteliti yaitu 0,813 > 0,6, hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal untuk mengukur variabel. Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas pada variabel harga, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	8

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari tabel *output* 4.9, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844 kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan

yang terdapat pada variabel harga yang sedang diteliti yaitu $0,844 > 0,6$, hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal untuk mengukur variabel. Sedangkan untuk *output* pengujian reliabilitas dari butir pernyataan pada variabel fasilitas dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	6

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari tabel *output* 4.10, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,805 kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan yang terdapat pada variabel fasilitas yang sedang diteliti yaitu $0,805 > 0,6$, hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal untuk mengukur variabel. Sedangkan untuk *output* pengujian reliabilitas dari butir pernyataan pada variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	10

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari tabel *output* 4.11, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,827 kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir

pernyataan yang terdapat pada variabel kepuasan pelanggan yang sedang diteliti yaitu $0,827 > 0,6$, hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal untuk mengukur variabel.

b. Hasil Statistik Deskriptif

Setelah semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul dari berbagai sumber, maka dilanjutkan dengan menganalisa data tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang telah ditemukan pada bab pertama dan bab kedua. Analisis yang dikemukakan dalam penelitian ini meliputi pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

Tabel 4.12
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan	68	19.00	37.00	28.3088	5.48337
Harga	68	18.00	38.00	28.0441	5.64479
Fasilitas	68	13.00	30.00	22.8382	4.51403
Kepuasan Pelanggan	68	25.00	48.00	37.1618	6.18040
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa jumlah data (N) sebanyak data 68 data yang berasal dari sampel yaitu pelanggan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan. Dari hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Variabel pelayanan mempunyai nilai minimum (terendah) sebesar 19 nilai maksimum (tertinggi) sebesar 37 dan nilai mean (rata-rata) 28,3088 sebesar dengan standar deviasinya sebesar 5,48337.

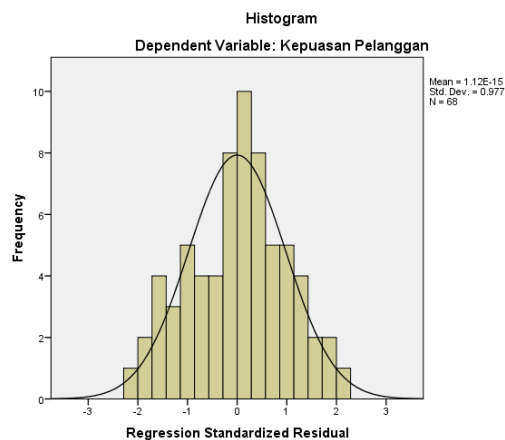
- 2) Variabel harga mempunyai nilai minimum (terendah) sebesar 18, nilai maksimum (tertinggi) sebesar 38 dan nilai mean (rata-rata) sebesar 28,0441 dengan standar deviasinya sebesar 5,64479.
- 3) Variabel fasilitas mempunyai nilai minimum (terendah) sebesar 13 nilai maksimum (tertinggi) sebesar 30 dan nilai mean (rata-rata) sebesar 22,8382 dengan standar deviasinya sebesar 4,51403.
- 4) Variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai minimum (terendah) sebesar 25 nilai maksimum (tertinggi) sebesar 48 dan nilai mean (rata-rata) sebesar 37,1618 dengan standar deviasinya sebesar 6,18040.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini:

1) Uji Normalitas

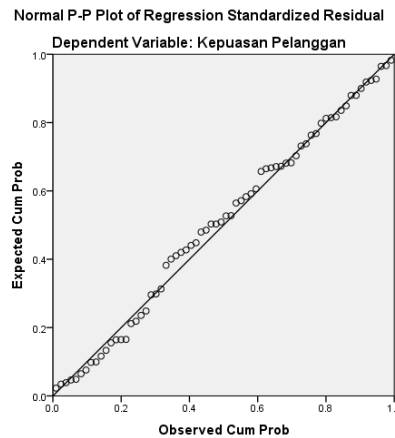
Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pengujian secara grafik dan secara statistik. Pengujian normalitas secara grafik menggunakan distribusi pada grafik Histogram dan grafik P-P plot.



Gambar 4.4
Histogram

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Hasil uji normalitas dengan menggunakan histogram pada gambar 4.4 di atas dapat dilihat bahwa residuan terdistribusi secara normal, hal tersebut dikarenakan grafik berbentuk lonceng dan simetris tidak melenceng ke kanan maupun ke kiri. Sedangkan untuk grafik *probability plot* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.5
Probability Plot

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari hasil olahan program SPSS pada Gambar 4.5 dapat dijelaskan bahwa, data dapat dikatakan normal karena titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, sehingga dapat dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian pengujian statistik dapat dilakukan pada penelitian untuk menguji hipotesis.

Untuk memperkuat kedua uji tersebut maka dilakukanlah uji normalitas secara statistik dengan menggunakan data *one sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov disajikan dalam Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16399187
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.060
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* di atas diperoleh nilai *Test statistic* sebesar 0,061 dan *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai VIF <10, maka data bebas dari gejala multikolinieritas. Analisis pada uji multikolinieritas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error		Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.481	2.236			
	Pelayanan	1.045	.204	.928	.125	7.990
	Harga	-.564	.195	-.515	.129	7.771
	Fasilitas	.652	.122	.477	.516	1.936

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

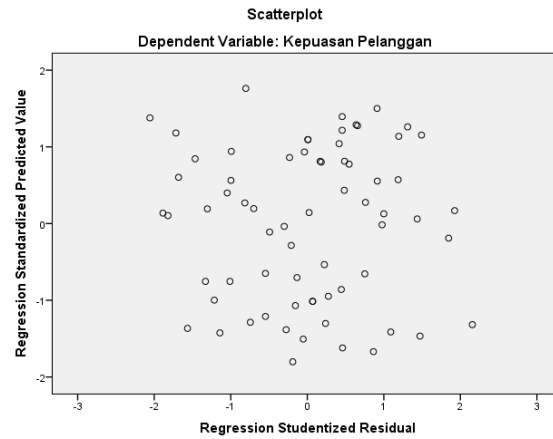
Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan *Coefficients* di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel pelayanan sebesar 7,990, VIF variabel harga sebesar 7,771, dan VIF variabel fasilitas sebesar 1,936. Sedangkan untuk nilai *tolarenace* variabel pelayanan sebesar 0,125, nilai *tolarenace* variabel harga sebesar 0,129, serta nilai *tolarenace* variabel fasilitas sebesar 0,516. Hasil ini berarti variabel pelayanan, harga, dan fasilitas terbebas dari asumsi kasus multikolinieritas karena hasil VIF nya kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal tersebut berarti data dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi

heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.6
Scatter Plot

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik bersifat random dan tidak membentuk pola tertentu, dan terlihat data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0 maka dikatakan model penelitian ini terbebas dari gejala heterokedatisitas.

d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dipakai untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen terdiri dari lebih dari satu. Dalam penelitian ini model persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan. Pengujian parameter individual yang disajikan dalam penjelasan di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Berikut *output* dari pengujian regresi linear berganda pada penelitian ini yang telah dijelaskan dalam tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.481	2.236		3.793	.000
	Pelayanan	1.045	.204	.928	5.128	.000
	Harga	-.564	.195	-.515	-2.887	.005
	Fasilitas	.652	.122	.477	5.351	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Dari tabel *Coefficients* di atas diperoleh persamaan regresi yang sebagai berikut:

$$Y = 8,481 + 1,045X_1 - 0,564X_2 + 0,652X_3$$

Interpretasi dari koefisien persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,481 menunjukkan bahwa jika variabel independen tidak mengalami peningkatan atau dianggap konstan maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 8,481 satuan.
- 2) Koefisien regresi pelayanan senilai positif 1,045 yang menunjukkan bahwa jika pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,045 satuan atau sebesar 104,5% dengan ketentuan harga dan fasilitas tidak mengalami peningkatan atau bernilai konstan.
- 3) Koefisien regresi harga senilai negatif 0,564 yang menunjukkan bahwa jika harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka dapat menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,564 satuan atau

sebesar 56,4% dengan ketentuan pelayanan dan fasilitas dalam keadaan konstan atau tidak mengalami peningkatan.

- 4) Koefisien regresi fasilitas senilai positif 0,652 yang menunjukkan bahwa jika fasilitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,652 satuan atau sebesar 65,2% dengan ketentuan pelayanan dan harga tidak mengalami peningkatan atau bernilai konstan

e. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1) Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian variabel independen secara parsial atau secara individual dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dimana nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0.05 dengan $df = n - k - 1$. Nilai n adalah jumlah sampel dan k adalah banyaknya variabel, $df = 68 - 4 - 1 = 63$, sehingga nilai t tabel adalah 1,66140. Hasil uji t statistik dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.481	2.236		3.793	.000
	Pelayanan	1.045	.204	.928	5.128	.000
	Harga	-.564	.195	-.515	-2.887	.005
	Fasilitas	.652	.122	.477	5.351	.000

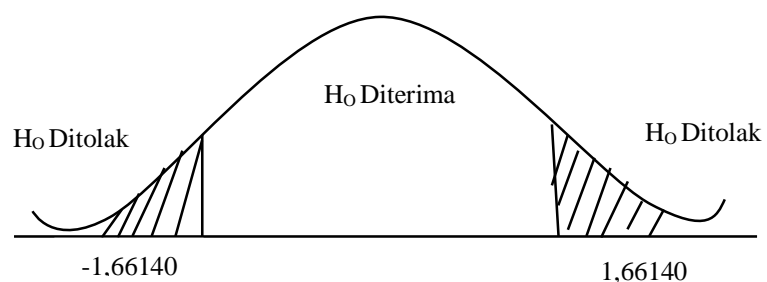
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

a) Pengujian Hipotesis Pelayanan

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t hitung (5,128) $>$ t tabel (1,66140) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

b) Pengujian Hipotesis Harga

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung (-2,887), berhubung t hitung bernilai negatif, maka kriteria pengujian yang digunakan:



Gambar 4.7
Hasil Uji Hipotesis Dua Pihak
Sumber: Sugiyono (2017:240)

a) H_o diterima apabila : $-1,66140 < t < 1,66140$

b) H_o ditolak apabila : $t > 1,66140$ atau $t < -1,66140$

Berdasarkan kriteria pengujian di atas maka dapat dijelaskan bahwa t hitung $(-2,887) < t$ tabel $(-1,66140)$ dengan $\text{sig} (0,005) < 0,05$, yang berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

c) Pengujian Hipotesis Fasilitas

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa variabel fasilitas memiliki nilai t hitung $(5,351) > t$ tabel $(1,66140)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

2) Uji Simultan (Uji-F)

Uji F atau uji kelayakan memiliki tujuan untuk mengukur apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen dengan kata lain apakah model yang digunakan layak atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, dimana nilai F tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan df penyebut $= n - k$. Nilai n adalah jumlah sampel dan k adalah banyaknya variabel, $df = 68 - 4 = 64$, sedangkan untuk df pembilang $= 3$, sehingga nilai F

tabel adalah 2,75. Hasil uji F statistik dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1888.494	3	629.498	60.066	.000 ^b
	Residual	670.727	64	10.480		
	Total	2559.221	67			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Pelayanan

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, diperoleh nilai signifikan 0.000 < 0.05 dan nilai F hitung (60,066) > F tabel (2,75), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X_1), harga (X_2), dan fasilitas (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y) pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

3) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.726	3.23730

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,726 atau 72,6%. Hal

ini menunjukkan 72,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh pelayanan, harga, dan fasilitas, sementara 27,4% dipengaruhi oleh sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (pelayanan, harga, dan fasilitas) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial analisis regresi X_1 (pelayanan) di peroleh nilai t hitung $(5,128) > t$ tabel $(1,66140)$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan karyawan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

Menurut Moenir (2016:16) menyatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa jika suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah memuaskan pelanggannya dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas. Hal itu dikarenakan dalam membangun landasan yang kuat dalam menjalin hubungan

yang baik dengan konsumen dibutuhkan pelayanan yang berkualitas. Layanan (*services*) merupakan sesuatu yang tidak dapat diciptakan secara tiba-tiba melainkan harus dibentuk secara perlahan-lahan. Layanan (*services*) mengacu pada konsumen yang memegang dengan erat suatu ingatan unik dalam ingatannya terhadap suatu produk atau jasa. Tjiptono (2016:125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rahman (2017), Apsari dan Suparwati (2017), Aspar dan Suropto (2021), Sonya dan Suhardi (2022), yang mengatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial analisis regresi X_2 (harga) di peroleh nilai t hitung $(-2,887) < t$ tabel $(-1,66140)$ artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan nilai signifikansi $(0,005) < 0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) harga adalah: “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Artinya, jumlah uang yang dibebankan atau yang ditukar oleh konsumen untuk

memiliki manfaat dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Peter dan Olson (2013:245), mengatakan bahwa harga yang sesuai dengan apa yang telah konsumen keluarkan untuk membayar harga tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Meskipun harga merupakan salah satu dari elemen pengukur kepuasan konsumen, menentukan strategi harga yang tepat dapat juga digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang akan diambil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Apsari dan Suparwati (2017), Rusmawati (2019), Akbarezky dan Santoso (2020), Paris dkk (2020), Rayendra, dkk (2020), Wicaksono (2020), Marpaung dan Saputri (2021), Asfar dan Suripto (2021), yang mengatakan bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial analisis regresi X_3 (fasilitas) di peroleh nilai t hitung $(5,351) > t$ tabel $(1,66140)$ artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

Tjiptono (2016:317) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam perusahaan, hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan secara maksimal

agar konsumen dapat merasakan nyaman dan puas. Fasilitas jasa sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen. Persepsi yang timbul dari interaksi antara konsumen dengan fasilitas jasa sangat berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata konsumen. Dapat disimpulkan bahwa dengan menyediakan berbagai fasilitas fisik yang baik, akan memberikan persepsi positif bagi para konsumen sehingga konsumen akan merasa puas, sedangkan apabila fasilitas yang diberikan kurang memadai atau kurang baik, akan menciptakan persepsi negatif sehingga para konsumen merasa tidak puas yang nantinya dapat berakibat beralihnya konsumen kepada pesaing yang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Srijani dan Hidayat (2017), Apsari dan Suparwati (2017), Rosmawati (2019), Akbarezky dan Santoso (2020), Rayendra dkk (2020), Fadillah dan Haryanti (2021), Sonya dan Suhardi (2022), Safri et al (2023) yang mengatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

4. Pengaruh Pelayanan Karyawan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan di peroleh nilai F hitung ($60,066$) $>$ F tabel ($2,75$) artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima, dengan nilai signifikansi ($0,000$) $<$ $0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan.

Priansa (2017:197), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Menurut Priansa (2017:209) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu pelayanan karyawan, harga dan fasilitas.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Apsari dan Suparwati (2017) yang mengatakan bahwa secara simultan pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Analisis Pelayanan Karyawan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan maka akan semakin baik pula kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} (5,128) > t_{tabel} (1,66140)$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh negatif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi harga yang ditetapkan oleh perusahaan maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} (-2,887) < t_{tabel} (-$

1,66140) dan sig. $0,005 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_2 diterima dan H_0 ditolak.

3. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik fasilitas yang disediakan oleh PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan maka akan semakin baik pula kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa t hitung ($5,351$) $>$ t tabel ($1,66140$) dan sig. $0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_3 diterima dan H_0 ditolak
4. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara pelayanan karyawan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik pelayanan karyawan dan fasilitas yang ada serta didukung dengan harga yang tepat dari perusahaan maka akan mampu menghasilkan kepuasan yang baik pula dari seorang pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji F yang menunjukkan bahwa F hitung ($60,066$) $>$ F tabel ($2,75$) dan sig. $0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_4 diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan memiliki indikator terendah yaitu “pengalaman” sehingga disarankan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan untuk

dapat memberikan pengalaman yang terbaik bagi pelanggan dengan cara meningkatkan fasilitas yang ada menjadi lebih baik, memperbaiki kekurangan yang ada, serta mengoptimalkan pelayanan dan produk, agar pelanggan merasa apa yang diharapkannya sesuai dengan apa yang dirasakannya.

2. Pelayanan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan yang memiliki indikator terendah yaitu “tingkah laku yang sopan” sehingga disarankan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan untuk dapat meningkatkan pelayanan dengan lebih sering mengawasi sikap karyawan dalam melayani maupun dalam bersosialisasi dengan pelanggan.
3. Harga yang ditetapkan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan memiliki indikator terendah yaitu “kesesuaian harga dengan manfaat” sehingga disarankan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan untuk dapat mengoptimalkan harga dengan memperbaiki struktur harga agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang didapat pelanggan.
4. Fasilitas PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan memiliki indikator terendah yaitu “pertimbangan/perencanaan spasi” sehingga disarankan PT Pelindo Terminal Peti Kemas Cabang TPK Belawan untuk dapat mempertimbangkan tekstur dan warna bangunan yang dapat dilakukan dengan mengkombinasikan dan mengembangkan tekstur dan warna bangunan yang tampak dari luar untuk memancing respon dan kesan menarik bagi orang yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiyanto, et al. 2023. The development economic growth for sustainable development with augmented dickey fuller (empirical study for neoclassical economic growth from solow and swan). *Kurdish Studies*, 11(2), pp. 3206-3214
- Absari, P. D., dan Suparwati. (2017). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Salon Virlian Di Sidoarjo. Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 8, No. 2*
- Akbarezky, R., dan Santoso, E. B. (2019). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 5, No. 1*
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asfar, A. H., Suripto, P. (2021). *The Effect of Services and Prices On Customer Satisfaction. Jurnal BBIJBM, Vol. 1, No. 3*
- Asniar, N., et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bongkar Muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Cabang Kendari. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 7, No. 2*
- Cynthia, E.P. et al. 2022. Convolutional Neural Network and Deep Learning Approach for Image Detection and Identification. *Journal of Physics: Conference Series*, 2394 012019, pp. 1-6
- Cynthia, E. P., Rahadjeng, I. R., Karyadiputra, E., Rahman, F. Y., Windarto, A. P., Limbong, M., ... & Yarmani, Y. (2021, June). Application of K-Medoids Cluster Result with Particle Swarm Optimization (PSO) in Toddler Measles Immunization Cases. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1933, No. 1, p. 012036). IOP Publishing.
- Daradjat, Z. (2012). *Fasilitas Transportasi Konsumen*. Bandung: Alfabeta. Dessler, G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadillah, F., dan Haryanti, I. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah Vol. 3 No. 2*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik (edisi revisi)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Harianto. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Astra Internasional TBK Daihatsu Sales Operation. *Jurnal Managemen Tools, Vol.8 No. 2*
- Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.

- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing. Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, A. W., dan Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Limakrisna, N., dan Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Lupiyaodi, R. (2017). *Manajemen pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Litfillah, M., et al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada PT Pelindo Terminal Peti Kemas TPK Pantoloan. *National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies, Vol. 1, No. 1*
- Manullang, M., dan Pakpahan, M. (2014). *Metodologi Penelitian Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Citapustaka Media
- Marpaung, M. V., dan Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi. *Jurnal MEA, Vol. 5, No. 3*
- Moenir. (2016). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nalendra, A.R.D., dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Nasib, N., Azhmy, M. F., Nabella, S. D., Rusiadi, R., & Fadli, A. (2022). Survive Amidst the Competition of Private Universities by Maximizing Brand Image and Interest in Studying. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3317-3328.
- Nasution, L. N., Suhendi, S., Rusiadi, R., Rangkuty, D. M., & Abdiyanto, A. (2022). Covid-19 Pandemic: Impact on Economic Stability In 8-Em Muslim Countries. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 336-352.
- NASUTION, L. N., RUSIADI, A. N., & PUTRI, D. 2022. IMPACT OF MONETARY POLICY ON POVERTY LEVELS IN FIVE ASEAN COUNTRIES.
- Nasution, L. N., Rangkuty, D. M., & Putra, S. M. (2024). The Digital Payment System: How Does It Impact Indonesia's Poverty?. *ABAC Journal*, 44(3), 228-242.
- Nasution, L. N., Sadalia, I., & Ruslan, D. (2022). Investigation of Financial Inclusion, Financial Technology, Economic Fundamentals, and Poverty Alleviation in ASEAN-5: Using SUR Model. *ABAC Journal*, 42(3), 132-147.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. Paris, Y., dkk. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

- Pengguna Jasa Travel. *Bongaya Journal of Research in Management*. Vol. 3, No. 2
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purba, R., Umar, H., Siregar, O. K., & Aulia, F. (2023). Supervision of Village Financial Management: will it be in Parallel with the Development of Village Officials?(a Study of North Sumatra Province). *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e1930-e1930.
- Rangkuty, D. M., & Hidayat, M. (2021). Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?. *Ekulibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), 85-93.
- Rusiadi, N. S. (2023). Modeling the Impact of Tourism Brand Love and Brand Trust on Increasing Tourist Revisit Intention: An Empirical Study. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 399-415.
- RUSIADI, S., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). DYNAMIC RATIONAL EXPECTATIONS MODEL AND COVID-19 ON MONEY DEMAND IN CARISI COUNTRIES.
- Rusiadi, Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.
- Ruslan, D., Tanjung, A. A., Lubis, I., Siregar, K. H., & Pratama, I. (2023). Monetary Policy in Indonesia: Dynamics of Inflation, Credibility Index and Output Stability Post Covid 19: New Keynesian Small Macroeconomics Approach. *Cuadernos de economía*, 46(130), 21-30.
- Rahman, A. (2017). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan)*. *Jurnal CAKRAWALA*, Vol. 17, No. 2
- Ratminto dan Winarsih, A. S. (2015). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pusataka Pelajar.
- Rayendra, H., dkk. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang*. *Journal of Management and Entrepreneurship*, Vol. 20, No. 10
- Rusmawati, Y. (2019). *Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya*. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 1

- Safri et al. (2023). Pengaruh Fasilitas Pelabuhan, Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT Pelindo Terminal Petikemas Bitung. *Ezenza Journal*, Vol. 2, No. 2
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sarwono, J. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Siregar, Nurafrina (2018). Analisis Peningkatan Prestasi Kerja Berdasarkan Kesesuaian Penempatan Kerja (Studi Pada Pegawai Kantor Badan Kepegawaian Negara (BKN)). *Jurnal Managemen Tools*, Vol. 10 No. 2
- Siyoto, S., dan Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sonya, D. P., dan Suhardi. (2022). *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam*. *Jurnal eCo-Buss*, Vol. 5, No. 1
- Srijani, N., dan Hidayat, A. S. (2017). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center*. *Jurnal WIGA*, Vol. 7, No. 1
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- SUHENDI, RUSIADI., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). POST-COVID-19 ECONOMIC STABILITY CHANGES IN NINE COUNTRIES OF ASIA PACIFIC ECONOMIC COOPERATION.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta: CAPS
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. (2021). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Wicaksono, A. P. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bumi Bahari Gemilang EMKL. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 9, No. 4
- Widarman, A., Rahadjeng, I. R., Susilowati, I. H., Sahara, S., & Daulay, M. T. (2022, December). Analytical Hierarchy Process Algorithm for Define of Water Meter. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 2394, No. 1, p. 012030). IOP Publishing.
- Yuliana, L. (2017). *Manajemen*. Yogyakarta: Aditya Media