

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA JASA KAPAL LAUT DI ACEH
(STUDI PADA KAPAL KMP-BRR ACEH DI PELABUHAN ULEE LHEUE
BANDA ACEH)**

Saluddin Al Cassany
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang Banda Aceh
azmisyaulina@gmail.com

Abstract

This research aims to know the influence of the quality of service to the satisfaction of the users of the Services Ship in Aceh (Study On the ship KMP BRR Aceh Ulee Lheue Port in Banda Aceh). The research was conducted using quantitative methods. The research sample is passengers of the service ship KMP in the port of Ulee Lheue BRR Aceh as many as 58 people, sampling is done through the coverage method of sampling, namely an easy sampling in accordance with the wishes of researchers. Data analysis was performed by quantitative methods using a linear regression statistics help. The results showed that there were partially influence the quality of service of consumer satisfaction of users of the service of the ship KMP-Ulee Lheue port in BRR of Banda Aceh. Test result = $t_{hitung} = 2.245 > \text{tabel } (1.67203)$, where these results indicate that a little the number increased the quality of services performed by employees of the ship KMP-BRR will influence consumer satisfaction of users of the service of the ship KMP-BRR in the port of Ulee Lheue Banda Aceh.

Keywords: *Service Quality, Consumers, Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Dan Permasalahan

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

dan jasa perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan memegang peranan cukup penting terhadap pembelian produk maupun jasa yang diberikan perusahaan. (Mowen, John C dan Michael Minor. 2002, dalam Marminingsih. 2012:14)

Sejalan dengan kepuasan pelanggan, Kotler (2007:177) mengatakan bahwa Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Pendapat tersebut didukung oleh Rangkuti (2005) dalam Hardiyati, Ratih, (2010:12) mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil

yang dirasakan. Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Adanya nilai tambah dari suatu produk maupun jasa, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk atau jasa tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satu diantaranya adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berkualitas. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari : 1) nilai produk, 2) nilai pelayanan, 3) nilai personal, 4) nilai image atau citra, dan 5) biaya total pelanggan yang terdiri dari a) biaya moneter, b) biaya waktu, c) biaya tenaga, dan d) biaya pikiran (Kotler, 2000) dalam Kamalina Din Jannah. (2009:101). Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005) dalam Hasan. (2016 : 22)

Sehubungan dengan kepuasan pelanggan/konsumen tersebut dan semakin penting sarana transportasi laut maka salah satunya yang diteliti adalah Kapal Laut di Pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh yaitu **Kapal KPM-BRR** di Pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh (PT ASDP). Adalah salah satu kapal penumpang bantuan BRR dibawah pengawasan Dinas Perhubungan Aceh. Kapal KPM-BRR ini mempunyai lini operasi yaitu membawa penumpang dari Pelabuhan Ulee Lheue - Banda Aceh ke pelabuhan Sabang dan sebaliknya setiap harinya. Kapal KPM BRR ini salah satu transportasi laut yang disukai oleh masyarakat baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri (wisata ke Sabang). Disamping itu, dalam memberikan pelayanan yang maksimal, **Kapal KPM-BRR** telah memiliki berbagai fasilitas yang bisa dinikmati oleh penumpang, diantaranya ruang penumpang ber-AC dan

ruang penumpang non ac (ekonomi). Setiap ruangan penumpang mempunyai televisi, kamar mandi dan juga disediakan tempat santai untuk menikmati pemandangan yang indah selama dalam perjalanan.

Walaupun Kapal KMP-BRR telah memberikan pelayanan secara terus menerus, menurut pantauan penulis masih terdapat kekurangan ketidakpuasan pelanggan selama menumpang di Kapal KMP-BRR tersebut. Hal ini dapat dilihat bahwa secara rata-rata setiap bulan jumlah pengunjung yang menumpang Kapal KMP-BRR berfluktuatif (turun naik) bahkan dibanding tahun antara tahun 2016 dan 2017. Disamping itu jadwal keberangkatan sering mengalami kelambatan dari jadwal yang telah ditentukan, sehingga penumpang terutama yang ingin wisata ke Sabang merasa tidak puas karena waktu yang tidak efektif.

Hasil wawancara dengan salah seorang staf senior Kapal KMP-BRR Aceh membenarkan bahwa telah terjadinya kelambatan keberangkatan dari jadwal pada bulan-bulan tertentu seperti bulan Desember dan Januari (libur tahunan). Selain itu, hasil wawancara atau ulasan yang disampaikan oleh salah seorang penumpang Kapal KMP-BRR, bahwa Kapal KMP-BRR ini telah oke, tapi pelayanan belum sesuai dengan keinginan untuk membelanjakan uang seperti pelayanan makanan tidak spesifik, WIFI ada tapi masih lambat dan belum lancar dan kurangnya informasi yang tersedia seperti koran lokal dan nasional serta berita lainnya.

Penelitian ini dilakukan pada Kapal KMP-BRR Ulee Lheue Banda Aceh sebagai objek penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan penumpang pada Kapal KMP-BRR Ulee Lheue Aceh.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik menulis penelitian ini, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Laut di Aceh (Studi pada Kapal KPM-BRR di Pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh)”**

1.2. Kajian Pustaka

1.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Walker dalam Ali Hasan (2008:57) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan/konsumen adalah perbandingan-perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk tersebut dibeli/dikonsumsi.

Menurut Fornell dalam Lupiyoadi dan A. Hamdani (2011:192), banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis.

Menurut Tse dan Wilton dalam Hardiyati (2010:23) mengatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie dalam Yunus (2013:14) mendefinisikannya sebagai suatu tangan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Oleh karena itu suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Irawan, 2009:27)

1.2.2. Konsep Kepuasan Konsumen

Konsep kepuasan pelanggan (konsumen) bersifat abstrak, banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Menurut Gilbert dalam Sinaga (2010:31), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya.

Kepuasan pelanggan/konsumen akan dipengaruhi oleh sistem pengiriman produk, performa produk atau jasa, citra perusahaan, citra produk/merek, nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima pelanggan, prestasi karyawan, keunggulan dan kelemahan pesaing. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Kotler dalam Pratiwi (2010:37) yang mengatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian kembali, mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi), kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

1.2.3. Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen

Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Kuswaidi dalam Yunus (2013:66), bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Mutu produk atau jasa; yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
2. Mutu pelayanan; berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
3. Harga; adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk/jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. Waktu penyerahan; maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk/jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan; pelanggan akan merasa puas bila produk/jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

1.2.4. Kualitas Pelayanan

Modernisasi dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. (Lupiyoadi, 2006:181). Menurut Wyckof (2004) dalam Wisnalmawati, (2005:155) kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Selanjutnya Tjiptono, (2005) dalam Marzuki. (2011:24) mengatakan bahwa jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2002) dalam Ayu Wulandari. (2009:15). (Roesanto, 2000) dalam Ayu Wulandari. (2009:14). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus

berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004d dalam Marzuki. (2011:21)

1.2.5. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengguna Jasa (Konsumen)

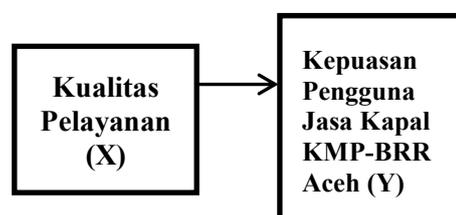
Karena suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, tidak bisa diraba, maka aspek wujud penting sebagai ukuran pelayanan, pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan pengguna jasa menjadi lebih tinggi.

Hubungan pelayanan dalam bentuk wujud fisik dengan kepuasan peserta adalah wujud fisik yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan peserta. Semakin baik persepsi peserta terhadap wujud fisik maka kepuasan peserta juga semakin tinggi dan begitu sebaliknya.

1.2.6. Kerangka Konseptual

Menurut Jonathan (2006:79) menjelaskan bahwa kerangka konseptual penelitian bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dari kerangka diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual merupakan keseluruhan dari proses penelitian yang dilakukan penulis dalam melakukan kegiatan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka penulis menarik suatu kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti pada gambar berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

1.2.7. Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2010:78) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah karena sifatnya yang sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kapal KMP BRR
- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa kapal KMP-BRR

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penarikan Sampel

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa kapal KMP-BRR di Pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Penumpang (pengguna) Jasa Kapal KMP-BRR di pelabuhan ulee lheue Banda Aceh dan sudah pernah menggunakan Jasa Kapal KMP-BRR, minimal 3 kali
2. Setiap penumpang yang berumur 25 sampai 55 tahun.

Dari kriteria yang telah ditetapkan, penulis mengambil sampel sebanyak 58 orang responden, karena sudah dianggap *representatif* (mewakili) untuk dilakukan penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* (sampel kebetulan). yang dimaksud dengan teknik *Accidental sampling* adalah teknik dimana peneliti bisa memilih siapa saja yang dijumpai untuk dijadikan sampel (Rachmad Kriyantono, 2012:12).

2.2. Metode Analisa dan Rancangan Pengujian Hipotesis

Data primer dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana melalui bantuan perangkat SPSS (*Statistical Package for Social Science*) menurut Ranguti (2005:47) adalah sebagai berikut: $Y = a + bX + e$

Keterangan :

- Y = Kepuasan pelanggan.
- X = Kualitas Pelayanan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = Error term

2.3. Rancangan Pengujian Hipotesis

2.3.1. Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas kualitas layanan (X) secara individual terhadap variabel terikat (Y)kepuasan pelanggan, dengan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka menerima Ha dan menolak Ho pada tingkat signifikansi 5%

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka menolak Ha dan menerima Ho pada tingkat signifikansi 5%

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian dalam hal ini adalah pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh. sebagai populasi sebanyak 58 orang responden, yaitu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Responden tersebut, terdiri dari: 1) penumpang yang berasal diluar Aceh 35 orang, 2). Penumpang yang berasal di daerah Aceh sebanyak 23 orang.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel berjumlah 58 orang, yaitu dengan cara pengambilan sampel yang mudah (*covenence sampling*) yaitu pengambilan sampel yang mudah sesuka hati peneliti dan kepada penumpang KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue yang senang hati untuk memberikan informasi.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa deskriptif dan analisis statistik. Sesuai dengan perumusan permasalahan yang telah dikemukakan, serta untuk kepentingan pengujian hipotesis. Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada seluruh variabel penelitian sedangkan analisis statistik merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan data penelitian berupa angka-angka yang dianalisis.

Kuesioner dibagikan kepada pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh.tersebut. sebanyak 58 responden, dan jumlah kuesioner yang tidak dikembalikan sebanyak 0 buah, yang pengisian jawaban tidak lengkap sebanyak 0 buah dan yang diisi lengkap (dapat diolah) sebanyak 58 buah.

3.2. Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPN PLNGGN	4.2237	0.18840	58
KLTAS PLYNAN	4.1243	0.12793	58

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Dari tabel 3.1 di atas menunjukkan hasil pengukuran statistik deskriptif terhadap variabel dari 58 responden. Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 buah pertanyaan pada skala *Likert* 5 poin. Nilai *mean kualitas layanan* sebesar 4.1243. Ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas layanan 4.1243 relatif baik.

Nilai mean kepuasan konsumen sebesar 4.2237. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen relatif tinggi. Sedangkan standar deviasi untuk masing-masing variabel adalah 1) kualitas layanan sebesar 0.12793; 2) kepuasan konsumen 0.18840. Semakin tinggi tingkat standar

deviasinya maka akan semakin heterogenitas, yang berarti pernyataan dalam variabel tersebut semakin bervariasi. Semakin rendah tingkat standar deviasinya maka semakin homogen artinya bahwa variasi jawaban atau pernyataan semakin kecil.

3.2. Hasil Uji Validitas

. Nilai probabilitas dikatakan signifikan jika $p < 0,05$ Hasil uji validitas data ditampilkan pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Data

a. Variabel Kualitas pelayanan (X)

Kode	Koefisien Korelasi (r hitung)	Nilai Kristis (r tabel)
B1	0.333	0.254
B2	0.281	
B3	0.227	
B4	0.327	
B5	0.348	

b. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kode	Koefisien Korelasi (r hitung)	Nilai Kristis (r tabel)
B6	0.329	0.254
B2	0.319	
B3	0.331	
B4	0.329	
B5	0.357	

Sumber: Data Primer 2018, (diolah)

Dari penyajian validitas data diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh masing masing item dari variabel kompensasi dan kinerja karyawan berada diatas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi > 0.254 , sehingga kuesioner yang digunakan dinyatakan valid.

3.3. Hasil Uji Reabilitas

Dalam tabel 3,3 di bawah ini disajikan hasil uji reabilitas:

Tabel 3.3

No	Variabel	Rata-rata	Jumlah Item	Nilai Alpha	Keandalan
1	Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen	21.5429	5	0.619	Handal Handal
2		21.9714	5	0.565	

Hasil Uji Reliabilitas Data

Sumber: Data Primer 2018 (diolah)

Berdasarkan reliability terlihat bahwa nilai koefisien *alpha cronbach* untuk masing-masing variable berada diatas adalah 0.50. Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran keandalan memenuhi kredibilitas *Cronbach Alpha* dimana nilai alphanya sama atau lebih besar dari Alpha 0.50, (Malhotra, 2005 : 305). Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dijadikan sebagai alat ukur dalam

Tabel 3.4

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.121	0.416		2.303	0.000
Kultas Playnan	1.574	0.093	0.731	2.245	0.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

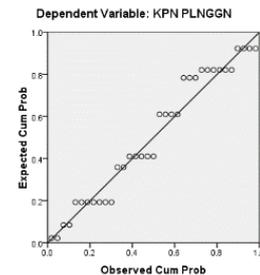
penelitian ini sangat baik dan layak untuk digunakan.

3.4. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara yaitu analisis grafik *probability plot*, dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas, sebagai berikut:

Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas Tampilan grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



normal *probability plot* pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti atau mendekati arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model-model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

3.5. Pengujian Hipotesis Hasil Pengujian Regresi

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen/ pelanggan digunakan regresi linear sederhana. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 17.0 for Windows Evolution Version, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terinci dapat dilihat pada tabel 3.4. berikut ini:

Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 17.0 seperti terlihat pada Tabel 3.4. di atas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.121 + 1,574X$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut: nilai konstanta sebesar 2.121. Artinya bilamana faktor kualitas pelayanan tetap, maka kepuasan konsumen seluruh pengguna jasa kapal KMP-BRR Aceh Ulee Lheue

Banda Aceh.mengalami kenaikan sebesar 2.121.

Koefisien regresi kualitas layanan (b) sebesar 1,574, yang berarti koefisien regresi yang diperoleh tidak sama dengan nol ($b_1 \neq 0$). Artinya setiap satuan perubahan dalam variabel kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa kapal KMP-BRR Aceh Ulee Lheue Banda Aceh sebesar 1.574, asumsi faktor konstanta tetap.

3.6. Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 3.5

Tabel 3.5
Hasil Analisis Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.731 ^a	0.534	0.520	0.09561

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 3.5. di atas diinterpretasi sbb: a) peroleh nilai koefisien korelasi (R) : 0,731 dan R Square = 0.534. Menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi faktor kualitas layanan sebesar 53,4 %. Sementara sisanya dipengaruhi oleh sebab-sebab lain. b) *Standar error of the estimate* = 0.09561 lebih kecil dari standar deviasi = 0.18840. Ini berarti regresi layak digunakan.

3.7. Uji Secara Parsial.

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pelanggan pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh.dilakukan uji secara parsial (uji t). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6.

Pengujian Hipotesis secara Parsial (t)

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.121	0.416		2.303	0.000
1 KLTS PLYNN	1.574	0.093	0.731	2.245	0.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan table 3.7. maka koefisien regresi secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut: Hasil pengujian data diketahui bahwa kualitas layanan mempunyai $t_{hitung} = 2.245 >$ tabel (1.67203) dengan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh.

3.8. Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien X sebesar 1.574, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh.jadi Ho ditolak dan menerima Ha karena $1.574 \neq 0$. Yaitu setiap terjadi peningkatan kualitas layanan akan menaikkan kepuasan konsumen atau pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh 1.574 skala liket.

Jadi terjadi pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen atau pengguna jasa kapal KMP-BRR Aceh Ulee Lheue Banda Aceh. Pengaruhnya signifikan, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis determinasi model summary adalah R Squares sebesar 0.534 atau 53 % (diatas 50 %).

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab dimuka, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh. Hasil uji $t_{hitung} = 2.245 > t_{tabel} (1.67203)$ Hal ini mengindikasikan bahwa besar-kecilnya terjadi peningkatan kualitas layanan yang dilakukan oleh karyawan kapal KMP-BRR akan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa kapal KMP-BRR di pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh.
2. Hubungan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen relative kuat, hal ini dapat dilihat hasil uji R pada *Model Summary* yaitu sebesar 0.731, yaitu diatas 50 %, jadi hubungan positif dan relatif kuat.

Saran

1. Disarankan kepada pengelola Kapal KMP-BRR, untuk mempertahankan dan tetap meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna jasa atau konsumen baik dalam bentuk layanan jasa maupun dalam penyediaan fasilitas kapal yang memadai.
2. Disarankan kepada pengelola Kapal KMP-BRR, perusahaan transportasi wisata melengkapi fasilitas kewisataan seperti cafe lengkap dan oleh2 khas aceh dalam kapal KMP BRR tersebut sehingga memberikan daya tarik bagi pengunjung asing untuk berwisata ke pulau Sabang

5. REFERENSI

- Ayu Wulandari. (2009). **“Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Minuman Yakult pada PT. Yakult Indonesia Persada Cabang Padang”**, Skripsi Tidak Dipublikasikan. **Praktis. Graha Ilmu; Yogyakarta.**
- Ghozali, Imam. (2005). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyati, Ratih. (2010). **Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi (Villa) Agrowisata**

Kebun Teh Pagilaran. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Hasan. (2016). **“Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang”**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1 April 2016, h. 1 – 14

Irawan, H. (2009). **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**, Cetakan ke 11. Jakarta: Elex Media Komputindo

Kotler, Philip dan Keller. (2007). **Manajemen Pemasaran**, Jilid I (Edisi 12), Jakarta: PT. Indeks

Lupiyoadi, R. dan Hamdani.A. (2011). **Manajemen Pemasaran Jasa.** Jakarta: Salemba Empat.

Kriyantono Rachmad, Ph.D (2012), **Teknik Praktis Riset Komunikasi.** (Edisi 6): Penerbit Prenada Jakarta

Marzuki. (2011). **Pengaruh Lingkungan Pengendalian, Sistem Akuntansi Manajemen dan Kapasitas Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Manajerial (Studi Pada Lembaga Keuangan Mikro di Kota Banda Aceh).**

Pratiwi, Dinar Ika. (2010). **Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan** Internet Flash Unlimited di Semarang. Universitas Diponegoro.

RatihHardiyati (2010). **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran”** Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.

Sugiyono. (2010). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: CV. Alfabeta.

Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153- 165

Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. (2010). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan**. Semarang. Universitas Diponegoro

Yunus, Muh. Bandu. (2013). **Pengaruh Kualias Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat**. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Makassar.

Wisnalmawati. (2011). **Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang**.Jurnal

Yulisha Anggun Widayarsi (2011, **Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Graha Santika Semarang**

