

ANALISIS KETEPATAN WAKTU, PELAYANAN, DAN KEAMANAN BARANG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT TEMAS LINE SURABAYA

Yoga Hayyu Haqieqie Pangudi

yogahhp@gmail.com

Tri Yuniati

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA

ABSTRACT

This research aims to analyze the timeliness, service, and security of goods to consumer satisfaction. This research was conducted on PT Temas Line Surabaya. The population in this research was obtained by using the method of non probability sampling on consumers of PT Temas Line Surabaya in October 2017. Based on the criteria that have been determined then obtained a sample of 100 respondents. Data collections through questionnaires. The analical method used in multiple regression analysis with SPSS applications tools (Statistical Product and Service Solution). The result showed that the timeliness, service, and security of goods have a positife and significant impact on customer satisfaction. The variabel of timeliness, service, and security of goods explain the variable of customer satisfaction equal to 64,9% and the rest equal 35,1% explained by other variabel not include in research.

Keywords : timeliness, service, and security of goods, and consumer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada PT Temas Line Surabaya. Populasi dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode non probability sampling pada konsumen PT Temas Line Surabaya pada bulan Oktober 2017. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data melalui kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 64,9% dan sisanya sebesar 35,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata kunci : Ketepatan Waktu, Pelayanan, Keamanan Barang, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Tol Laut merupakan konsep pengangkutan logistik kelautan yang dicetuskan oleh Presiden Republik Indonesia, Bapak Joko Widodo. Program ini bertujuan untuk menghubungkan pelabuhan-pelabuhan besar yang ada di nusantara. Dengan adanya hubungan antara pelabuhan-pelabuhan laut ini, maka dapat diciptakan kelancaran distribusi barang hingga ke pelosok negeri. Kehadiran tol laut juga bisa memfasilitasi para pelaku UMKM di wilayah kepulauan timur Indonesia untuk memasarkan produknya ke wilayah barat

Transportasi laut memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian nasional dan daerah sebagaimana amanat dalam Undang-Undang No. 17 Tahun 2008 menjadi suatu yang sangat strategis bagi wawasan nasional serta menjadi sarana vital yang menunjang tujuan persatuan dan kesatuan nasional.

Adisasmita (2012:73) mengemukakan bahwa transportasi adalah sarana penghubung atau yang menghubungkan antara daerah produksi dan pasar, atau dapat dikatakan

pendekatan daerah produksi dan pasar atau sering kala dikatakan menjembatani produsen dan konsumen.

Dalam pelaksanaannya dilapangan dengan kemudahan akses gagasan tol laut menimbulkan banyak pesaing - pesaing baru dalam bisnis jasa pelayaran maupun para pesaing lama yang semakin mengokohkan bisnis jasa muatan barang yang digelutinya. Nasution (2009:32) mengemukakan bahwa semakin meningkatnya pendapatan masyarakat dan tersedianya berbagai jenis moda transportasi, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan yang meliputi keselamatan, keandalan, ketepatan waktu, kemudahan pelayanan, kenyamanan, kecepatan, energi, dan produktifitas.

Keamanan atau keselamatan yang dimaksud tertuang dalam UU Pelayaran No 17 Tahun 2008 tentang pelayaran pada poin (c) Keselamatan dan Kemanaan Pelayaran yang menyatakan bahwa kemandirian terbagi menjadi 3 bagian utama yaitu: 1. Keselamatan dan keamanan angkutan pelayaran, 2. Keselamatan dan keamanan pelabuhan, 3. Perlindungan lingkungan maritim.

Pengertian Pelayanan menurut Zein (2009:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Mahmoedin (2010:2) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.

Menurut Rudnicki (1997) (dalam Sugiarto, 2012:15) mendefinisikan ketepatan waktu sebagai suatu standar yang telah ditetapkan dimana sarana transportasi tiba, berangkat atau lewat pada suatu titik yang telah ditetapkan dan pada waktu yang telah ditetapkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Suko, Azis, dan Andi (2015) mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pada Ka Blora Jaya Ekspres 2 Di Daop 4 Semarang)" yang bervariasi independen Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Ketepatan Waktu dan variabel dependen Kepuasan Pelanggan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Mengemukakan hasil dari penelitiannya yaitu hasil analisis data dalam penelitian mendukung semua hipotesis yang diajukan. Kualitas pelayanan, tarif dan ketepatan waktu KA Blora jaya ekspres 2 mempunyai pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel tarif mempunyai pengaruh dominan. Berdasarkan penelitian terdahulu ini maka variabel yang sama dikaji ulang dengan metode yang sama tetapi memiliki perbedaan dalam konteks objek yang diteliti sehingga tidak akan terjadinya plagiasi dan memunculkan gagasan baru dalam penelitian. Oleh karena itu saya memilih perusahaan transportasi dibidang jasa pelayanan shipping company sebagai objek yang dikaji dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : (1) Apakah terdapat pengaruh antara ketepatan waktu pengiriman barang dengan kepuasan pelanggan? (2) Apakah terdapat pengaruh antara pelayanan yang diberikan dengan kepuasan yang diterima pelanggan? (3) Apakah terdapat pengaruh keamanan barang yang dikirim dengan kepuasan pelanggan?. Sedangkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain: (1) Untuk mengetahui pengaruh antara ketepatan waktu pengiriman barang dengan kepuasan pelanggan. (2) Untuk mengetahui pengaruh antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan. (3) Untuk mengetahui pengaruh antara kemandirian barang dengan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN TEORITIS

Pemasaran Jasa

Menurut Payne (2000) (dalam Huriyati,2010:42) bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersiapkan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Menurut Tjiptono (2011:17) jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Secara umum pelayanan jasa pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Manajemen Transportasi dan Distribusi

Menurut Copra (2010:380) Transportasi merupakan pergerakan suatu produk dari satu lokasi ke lokasi lain yang mempresentasikan dari awal dari suatu rangkaian *supply chain* sampai kepada konsumen.

Distribusi adalah suatu kegiatan memindahkan barang/ produk dari pihak produsen kepada konsumen dalam suatu *supply chain*. Jaringan distribusi yang tepat dapat digunakan untuk mencapai berbagai macam tujuan dari *supply chain*, mulai dari biaya yang rendah sampai respons yang tinggi terhadap permintaan dari konsumen menurut Copra (2010:86).

Ketepatan Waktu

Transportasi berhubungan dengan model transportasi apa yang dipakai agar efektif dan efisien, baik dari sisi biaya, kecepatan waktu pengiriman dan ketepatan waktu (Yunarto, 2006:39).

Keamanan Barang

Menurut Salim (2006:40) dalam pengiriman barang dibutuhkan beberapa dokumen dalam pengangkutan yang disebut *transportation documents*. Dibawah ini diberikan beberapa contoh dokumen dalam transportasi, antara lain :

1. Dokumen Pengiriman Barang
2. Surat Muatan (*Bill Of Lading*)
3. Dokumen Bagi Manajemen

Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri (Kotler, 2002:83).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007) (dalam Aditya, 2011:23) Kualitas Jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka.

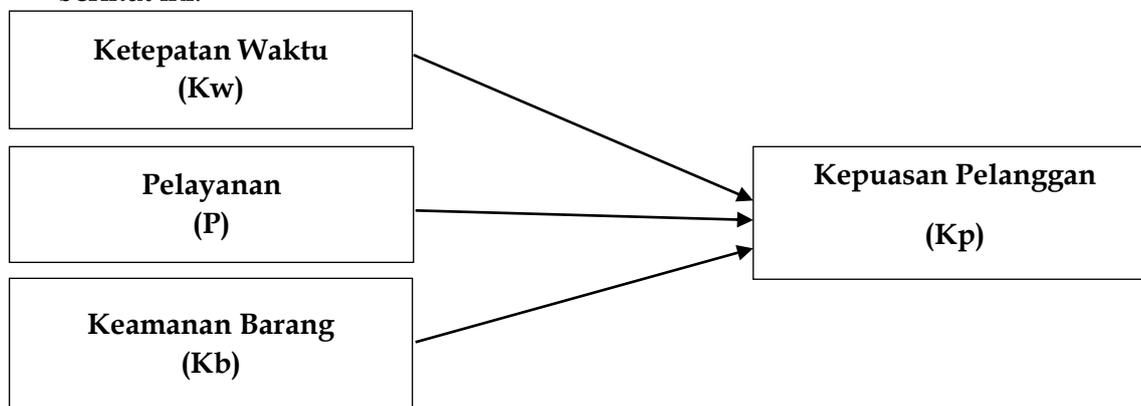
Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan (Tjiptono, 2010:192). Oleh karena itu konsep pemasaran yang sebaiknya dianut oleh perusahaan adalah yang memiliki tema

pokok yang menyatakan bahwa seluruh elemen bisnis harus berorientasi pada kepuasan konsumennya.

Rerangka Konseptual

Dalam penelitian ini akan disajikan desain penelitian yang akan menguji tingkat pengaruh keamanan barang, pelayanan, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pelayaran Tempuran Emas Line (TEMAS LINE), sebagaimana tampak pada gambar berikut ini.



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Perumusan Hipotesis

Sugiyono (2013: 96) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan teori dan rerangka konseptual tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut :

- H_1 : Keamanan barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pelayaran Tempuran Emas Line (TEMAS LINE)
- H_2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pelayaran Tempuran Emas Line (TEMAS LINE)
- H_3 : Ketepatan Waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pelayaran Tempuran Emas Line (TEMAS LINE)

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal komparatif dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang dikumpulkan setelah terjadi fakta atau peristiwa. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (*independent*) yaitu ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang terhadap variabel terikat (*dependent*) Kepuasan Konsumen.

Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian)

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:148). PT Temas Line yang berlokasi di Jl. Perak Timur, Pabean Cantian, Surabaya 60165.

Data yang dianalisa oleh peneliti adalah data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memakai jasa shipping company PT Temas Line dan dianggap memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dari populasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak terbatas (*infinite*).

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini saya menggunakan metode *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2014:120), menyatakan bahwa *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan yang sama bagi para setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang saya gunakan di penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang digunakan untuk penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Sampel adalah pengguna jasa shipping company PT Temas Line yang telah menggunakan jasa tersebut.
2. Sampel didapatkan dari konsumen PT Temas Line Surabaya yang tersebar di beberapa daerah Jawa Timur.
3. Periode penelitian selama tahun 2017

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini sangat besar dan tidak terbatas atau biasa dikatakan *infinite* maka jumlah sample ditentukan berdasarkan pendapat Arikunto (2010:73), yang mengemukakan bahwa untuk menentukan beberapa banyak sampel minimal yang perlu diambil untuk melakukan penelitian dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = harga standar normal (1,976)

p = estimator proporsi populasi (0,5)

d = interval/ penyimpangan (0,10)

q = 1-p

jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)(0,5)(0,05)}{(0,10)} = 97,6 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Pengukuran variabel ini menggunakan kuesioner menurut Sugiyono (2014:199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dalam kajian ini adalah konsumen PT Temas Line untuk memberikan jawaban dalam kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2014:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- Sangat setuju = 5
- Setuju = 4
- Cukup setuju = 3
- Tidak setuju = 2
- Sangat tidak setuju = 1

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung dan observasi yang dilakukan peneliti. Data yang diambil nantinya akan diolah agar bisa ditarik suatu kesimpulan penelitian.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti. Kuesioner menurut Sugiyono (2014:199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Identifikasi Variabel

Variabel Dalam Penelitian ini antara lain:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014:59). Penelitian ini menggunakan variabel bebas Ketepatan Waktu (Kw), Pelayanan (P), dan Keamanan Barang (Kb).
2. Variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:59). Penelitian ini menggunakan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Kp).

Definisi Operasional Variabel

a) Variabel Dependen

Kepuasan pelanggan (Kp) sering kali menjadi pokok kajian utama sebuah perusahaan dalam meningkatkan seluruh maksud dan tujuan yang akan dicapai suatu perusahaan. Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2014:150). Diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Presepsi yang diciptakan pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman.
2. Presepsi yang diciptakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.
3. Presepsi yang diciptakan oleh pelanggan terhadap keamanan barang yang dikirim.

b) Variabel Independen

Variabel Independen merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memakai produk jasa PT Temas line yang meliputi :

1. Ketepatan Waktu (Kw)

Adapun ketepatan waktu yang dimaksud dalam produk jasa *shipping* PT Temas Line indikatornya adalah sebagai berikut :

- a. Estimation Time of Departure (ETD) Vessel
 - b. Estimation Time of Arrival (ETA) Vessel
 - c. Closing Time (C/T) : 1. Kesesuaian waktu estimasi perjalanan kapal, 2. Kesesuaian waktu estimasi pengumpulan kontainer
- ##### 2. Pelayanan (P)

Adalah penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipresepsikan (Perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected value) dari PT Temas Line. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut adalah :

- a. Kualitas layanan dapat diandalkan : 1. Keadaan Fisik (ondisi kapal, kontainer, dan peralatan operasional), 2. Keakuratan petugas, 3. Konsistensi dalam pelayanan.
 - b. Daya tanggap : 1. Kepedulian petugas terhadap konsumen, 2. Menanggapi keluhan konsumen, 3. Bekerjasama dengan konsumen.
 - c. Kesopanan keramahan : 1. Menjaga hubungan baik pelanggan, 2. Kemampuan SDM dalam melayani cepat dan benar, 3. Petugas dapat diandalkan.
3. Keamanan Barang (Kb)
 Dalam produk jasa pengiriman barang *shipping company* keamanan barang berkaitan dengan proses mengamankan barang sampai tujuan. Adapun indikator keamanan barang yang dikirim melalui PT Tempuran Emas Line (PT. Temas Line) adalah :
- a. Kelengkapan dokumen perkapalan : 1. Standart pembuatan Shipping Instruction (SI), 2. Pengecekan kesesuaian SI dengan barang dalam kontainer : a. Proses penyegelan kontainer, b. Asuransi barang didalam container, c. *Bill of Lading* (B/L).
 4. Kepuasan Pelanggan : 1. Ketepatan waktu pengiriman barang konsumen, 2. Memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumen, 3. Menyediakan jaminan dan keakuratan keamanan barang kepada konsumen.

TEKNIK ANALISIS DATA

Uji Instrumen

Menurut Ghazali (2011:45) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu $correlation r_{hitung} > r_{tabel}$ sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dengan nilai $correlation r_{hitung}$.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2011:47) yang dimaksud dengan reliabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukurobjek yang sama. Hasil penelitian dikatakan reliabel jika terdapat kesamaan data dalam jangka waktu berbeda, sehingga dari instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama. Pengujian dapat menggunakan metode Alfa cronbach, dengan cerita Alfa cronbach dari masing-masing variabel lebih dari 0.6 maka alat ukur dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel independen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dengan dua tujuan sekaligus, pertama menimbulkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel independen berdasarkan data yang ada (Ghozali, 2011:82). Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Kp = a + \beta^1Kw + \beta^2P + \beta^3Kb$$

Dimana:

Kp = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

β = koefisien regresi

Kw = Ketepatan Waktu

P = Pelayanan

Kb = Keamanan Barang

E = error term model

Uji Kelayakan Model

Uji Goodnes Of Fit (UjiF)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% dan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dapat dipergunakan untuk analisis selanjutnya, 2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan sapat dipergunakan untuk analisis berikutnya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Koefisien determinasi hanyalah salah satu dan bukan satu satunya kriteria memilih model yang baik. Alasannya bila suatu estimasi regresi linier menghasilkan koefisien determinasi yang tinggi, tapi tidak konsisten dengan teori ekonometrika yang dipilih peneliti, atau tidak lolos dari uji asumsi klasik, maka model tersebut bukanlah model penaksir yang baik dan seharusnya tidak dipilih menjadi model empiris (Ghozali, 2013:97).

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2011:66). Terkait penelitian ini, apakah setiap variabel bebas yaitu ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Adapun prosedur pengujian yang digunakan, sebagai berikut: 1. Jika nilai $t_{signifikan} > 0.050$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti variabel Ketepatan Waktu, Pelayanan, dan Keamanan Barang secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 2. Jika nilai $t_{signifikan} < 0.050$ H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti variabel Ketepatan Waktu, Pelayanan, dan Keamanan Barang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidaknya. Dasar pengambilan menurut Ghozali (2011:160) adalah: 1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, 2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Dalam satu model regresi linear berganda hendaknya dihindari terjadinya multikolinier. Multikolinier berarti ada hubungan linear yang sempurna atau pasti antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya pelanggaran dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) atau nilai *tolerance*. Dengan menggunakan asumsi berikut :

a. Jika $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,1$ dan $Tolerance \leq 1$, maka tidak terjadi

multikolinieritas.

b. Jika $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0,1$ dan $Tolerance \geq 1$, maka terjadi multikolinieritas

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2013:139).

Menurut Ghozali (2013:139) dasar analisis untyuk menentukan ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu: a. Jika adal pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur yang bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan koefisien kolerasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% (*level of significance*) menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Ketepatan waktu (Kw)	Kw ₁	0,595	0,000	Valid
	Kw ₂	0,769	0,000	Valid
	Kw ₃	0,671	0,000	Valid
	Kw ₄	0,811	0,000	Valid
Pelayanan (P)	P ₁	0,820	0,000	Valid
	P ₂	0,820	0,000	Valid
	P ₃	0,829	0,000	Valid
	P ₄	0,742	0,000	Valid
	P ₅	0,811	0,000	Valid
	P ₆	0,832	0,000	Valid
	P ₇	0,781	0,000	Valid
	P ₈	0,696	0,000	Valid
	P ₉	0,812	0,000	Valid
Keamanan barang (Kb)	Kb ₁	0,740	0,000	Valid
	Kb ₂	0,855	0,000	Valid
	Kb ₃	0,654	0,000	Valid
	Kb ₄	0,791	0,000	Valid
	Kb ₅	0,760	0,000	Valid
Kepuasan pelanggan (Kp)	Kp ₁	0,718	0,000	Valid
	Kp ₂	0,854	0,000	Valid
	Kp ₃	0,770	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa semua butir pernyataan yang mengukur variabel independen yaitu ketepatan waktu, pelayanan, keamanan barang serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini terjadi karena keseluruhan item pernyataan menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$.

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,6. Tabel 8 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Ketepatan waktu (Kw)	0,676	Reliabel
Pelayanan (P)	0,921	Reliabel
Keamanan barang (Kb)	0,803	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Kp)	0,683	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 2 menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linier berganda antara ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang terhadap kepuasan pelanggan dengan dibantu program SPSS 16 dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	t	Sig
	Coefficients		
B			
Konstanta	-0,818	-	-
Ketepatan waktu (Kw)	0,311	3,250	0,002
Pelayanan (P)	0,469	5,019	0,000
Keamanan barang (Kb)	0,379	4,430	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

$$Kp = -0,818 + 0,311Kw + 0,469P + 0,379Kb + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- Konstanta (a) sebesar -0,818 memberi arti apabila variabel bebas ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat kepuasan pelanggan adalah bernilai negatif sebesar 0,818 satuan.
- Ketepatan waktu (Kw) memiliki nilai koefisien sebesar 0,311. Hal ini menandakan bahwa koefisien variabel ketepatan waktu memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan pelanggan (Kp). Apabila ketepatan waktu bertambah satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,311 satuan. Artinya semakin tinggi nilai ketepatan waktu maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh teori Yunarto (2006:39) yang menyatakan bahwa transportasi berhubungan dengan model transportasi apa yang dipakai agar efektif dan efisien, baik dari sisi biaya, kecepatan waktu pengiriman dan ketepatan waktu. Hasil penelitian serupa didapatkan oleh Setiawan (2012) yang menunjukkan hasil positif bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan percetakan.
- Pelayanan (P) memiliki nilai koefisien sebesar 0,469. Hal ini menandakan bahwa koefisien variabel pelayanan (P) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan

pelanggan (Kp). Apabila pelayanan bertambah satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,469 satuan. Artinya semakin tinggi nilai pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh teori Kotler (2002:83) yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Hasil penelitian serupa didapatkan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- d. Keamanan barang (Kb) memiliki nilai koefisien sebesar 0,379. Hal ini menandakan bahwa koefisien variabel keamanan barang (Kb) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan pelanggan (Kp). Apabila keamanan barang bertambah satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,379 satuan. Artinya semakin baik keamanan barang yang ada di perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh teori Kuswandi (2014:17) yang menyatakan pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

Uji Kelayakan Model

Uji Goodnes Of Fit (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel 4. Adapun prosedur pengujian yang digunakan, sebagai berikut :

- a. Jika Sig F > 0.05 maka model tidak layak digunakan.
- b. Jika Sig F < 0.05 maka model layak digunakan.

Tabel 4
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.773	3	7.591	59.066	.000 ^a
	Residual	12.338	96	.129		
	Total	35.111	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F dengan tingkat signifikansi 0,000 (di bawah 0,05) sebesar 59,066. Berdasarkan tingkat signifikansinya, maka disimpulkan ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan.

Hasil uji koefisien dan uji F di atas maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 5
Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.649	.638	.35850

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji koefisien Determinasi dan koefisien korelasi berganda menunjukkan nilai R sebesar 0,805. Hal ini berarti bahwa hubungan atau korelasi antara faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kuat karena $> 0,50$. Nilai *R Square* sebesar 0,649 atau 64,9%, ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan variabel ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang adalah sebesar 64,9%, sedangkan sisanya 35,1% dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesisi (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara individu antara ketepatan waktu, pelayanan dan keamanan barang terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 6
Hasil Uji t

Model	t	Sig
Ketepatan waktu (Kw)	3,250	0,002
Pelayanan (P)	5,019	0,000
Keamanan barang (Kb)	4,430	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan perhitungan uji regresi berganda yang tercantum pada tabel 6, maka hasilnya memberikan pengertian bahwa :

a. Pengaruh Ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 14, diperoleh nilai signifikansi untuk ketepatan waktu adalah $\alpha = 0,002 < 0,05$ menandakan bahwa ketepatan waktu mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H_1 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hasil penelitian serupa didapatkan oleh Setiawan (2012) yang menunjukkan hasil positif bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan percetakan.

b. Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil perhitungan tabel 14, diperoleh nilai signifikansi untuk pelayanan adalah $\alpha = 0,000 < 0,05$ menandakan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H_2 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hasil penelitian serupa didapatkan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh keamanan barang terhadap kepuasan pelanggan

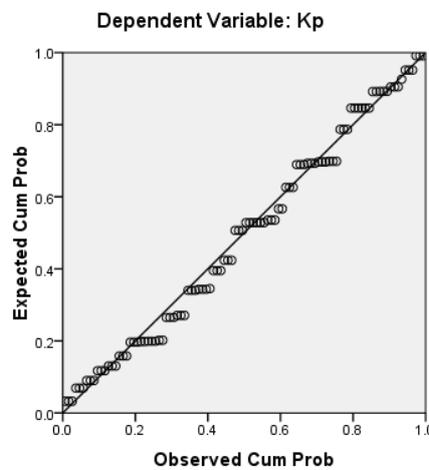
Hasil perhitungan tabel 14, diperoleh nilai signifikansi untuk keamanan barang adalah $\alpha = 0,000 < 0,05$ menandakan bahwa keamanan barang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H_3 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh keamanan barang terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hasil penelitian sesuai dengan teori Salim (2006:40) yang menyatakan jika keamanan barang terjamin maka akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil normalitas adalah sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2
 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot
 Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 7
 Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35302273
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.818
Asymp. Sig. (2-tailed)		.515

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil grafik plot normal dapat diketahui berada di sepanjang garis 45⁰, sedangkan berdasarkan tabel 7 hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test yaitu nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada *Asymp. Signifikansi* lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,515 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk mendeteksi adanya problem multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinieritas
Collinearity Statistics

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Ketepatan waktu (Kw)	0,746	1,341	Non Multikolinieritas
Pelayanan (P)	0,574	1,741	Non Multikolinieritas
Keamanan barang (Kb)	0,611	1,637	Non Multikolinieritas

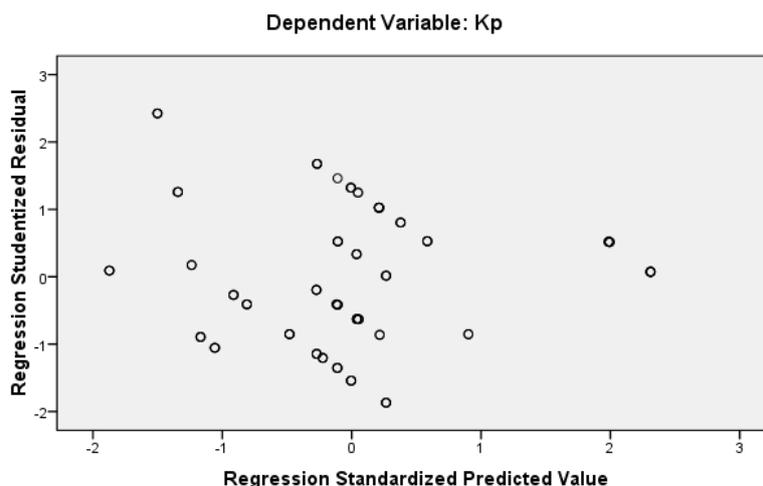
Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 8 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih rendah dari 10 untuk setiap variabel, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel independen (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai berikut:

Scatterplot



Gambar 3

Gambar Scatterplot

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan gambar 3 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya yaitu ketepatan waktu, pelayanan dan keamanan barang. Setelah dilakukan uji asumsi klasik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dalam penelitian ini, bebas dari asumsi dasar (klasik) tersebut, sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen

Ketepatan waktu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal ini berarti bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam dunia bisnis jasa pengiriman tidak dipungkiri oleh banyak pelaku usaha ini bahwa hal ini menjadi salah satu keutamaan yang harus diperhatikan. Karena dengan tepatnya waktu yang dijanjikan membentuk suatu persepsi harapan terhadap konsumen yang memakai jasa pengiriman agar proses pengiriman yang dilakukan bisa berjalan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu dalam bisnis pengiriman barang sebagai perusahaan jasa perusahaan harus mampu mengelola bagaimana harapan yang dibentuk kepada konsumen bisa terealisasi secara estimasi dan kenyataan yang terjadi. Pengiriman atau shipping adalah bagian penting dari suatu rantai persediaan yang berfungsi untuk menyiapkan dan mengirimkan barang ke customer. Transportasi berhubungan dengan model transportasi apa yang dipakai agar efektif dan efisien, baik dari sisi biaya, kecepatan waktu pengiriman dan ketepatan waktu (Yunarto, 2006:42)

Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan mempunyai tingkat signifikansi terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Lovelock *et al.* (2011:154) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Jika harapan pelanggan terpenuhi akan menyebabkan pelanggan puas terhadap produk yang dibeli.

Pengaruh Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen

Keamanan barang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel keamanan barang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keamanan barang menjadi modal utama para pelaku bisnis *shipping* untuk mendapatkan apa yang disebut kepuasan pelanggan. Keamanan barang yang dimaksud dalam jasa pengiriman barang disini merupakan bagaimana antara pengirim dan penyedia jasa menyiapkan segala dokumen yang dibutuhkan dalam melakukan pengiriman barang. Hal ini berkaitan dengan teori dalam pengiriman barang dibutuhkan beberapa dokumen dalam pengangkutan yang disebut *transportation documents* (Salim, 2006:40).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka penelitian ini membuktikan bahwa :

1. Berdasarkan uji F pada uji regresi linier berganda yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil uji t pada uji regresi linier berganda dapat diketahui
 - a. Bahwa variabel ketepatan waktu secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Bahwa variabel pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Bahwa variabel keamanan barang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KETERBATASAN

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

- a. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu ketepatan waktu, pelayanan dan keamanan barang, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
- c. Adanya keterbatasan waktu penelitian yang telah ditentukan dengan perjanjian antara peneliti dan pihak perusahaan PT Temas Line.

SARAN

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

1. Pihak perusahaan harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang, pelayanan, dan keamanan barang yang dikirim untuk mencegah terjadinya rasa ketidakpuasan konsumen. Fungsinya agar konsumen selalu menggunakan jasa perusahaan secara berkepanjangan dan tidak berpindah memakai jasa perusahaan lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya faktor kepuasan kerja yang bisa digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengingat terdapat pengaruh sebesar 35,1% dari variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, S. A. 2012. *Perencanaan Infrastruktur Transportasi Wilayah*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Chopra, S. dan Meindl, P. (2010). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*, 4th ed. NJ: Pearson Education.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2011. Edis kelima. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kuswadi. 2014. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lovelock, C. dan Wirtz, J. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA : Person.
- Mahmoeddin. 2010. *Melacak Kredit Bermasalah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nasution. 2009. *Metode Research, Jakarta : Bumi Aksara*.
- Payne, A. 2010. *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing*. Andi Yogyakarta.
- Salim, A. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiarto, F. T. 2012. *Peningkatan Ketepatan Waktu Perjalanan KRL Jabodetabek Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Transportasi Berbasis Kereta Api*. Tesis. Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia. Fakultas Teknik Sipil. Depok.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- _____ 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, ANDI: Yogyakarta.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2008 Tentang Pelayaran Nasional.
Jakarta
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta : PT.Indeks.
- Yunarto, H. I. 2006. *Business Concept Implumentation Series : IN SALES AND
DISTRIBUTION MANAGEMENT*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Yamit, Z. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Vol. Edisi Pertama. Yogyakarta :
EKONISIA.
- Zein, A. 2009. *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
<http://www.temasline.com/>
<https://maritim.go.id/>