

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PT. ASDP

Yashinta Anggun Febriana

yashintafebriana@gmail.com

Hening Widi Oetomo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of facility, service quality, and place to the passenger satisfaction on PT. ASDP Indonesia Ferry Surabaya branch. Qualitative method has been applied in this research. The population is all passengers of PT. ASDP Indonesia Ferry Surabaya branch and the numbers of the passengers are unknown. The sampling technique has been carried out by using probability sampling technique and the numbers of samples are 100 respondents who have ever used the service of PT. ASDP Indonesia Ferry Surabaya branch. The regression equation in this research is multiple linear regressions which have been applied in order to test the influence of independent variables to the dependent variable. The result of goodness of fit test shows that facility, service quality, and place are the explanatory variable of passenger satisfaction. The result of hypothesis test shows that facility has significant influence to the passenger satisfaction; service quality has insignificant influence to the passenger satisfaction; place has significant influence to the passenger satisfaction. The variable which has dominant influence to the passenger satisfaction is place.

Keywords: *facility, service quality, place, and passenger satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik penelitian probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, yaitu mereka yang menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian goodness of fit menunjukkan bahwa fasilitas, kualitas layanan dan lokasi merupakan variabel penjelas dari kepuasan penumpang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang, variabel kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan penumpang, variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan penumpang adalah lokasi.

Kata kunci : fasilitas, kualitas layanan, lokasi dan kepuasan penumpang

PENDAHULUAN

Industri jasa angkutan laut dengan menggunakan kapal laut merupakan jasa angkutan yang berperan dalam jasa pengangkutan barang dan penumpang. Sektor transportasi selain sebagai sektor penunjang sektor lain, juga sebagai urat nadi dalam pembangunan nasional. Di dalam sistem transportasi nasional terdapat sektor kepelabuhan bagian strategis dari sistem transportasi nasional dan merupakan faktor penting dalam menunjang aktivitas perdagangan. Sektor pelabuhan memerlukan suatu kesatuan yang terintegrasi dalam melayani kebutuhan dari sarana transportasi. Sesuai dengan keputusan Direktur Jendral Perhubungan laut Nomor:UK.11/15/15 DJPL-06 tentang pembangunan transportasi laut

2005–2024, penyelenggaraan transportasi laut berpedoman pada kebijakan-kebijakan berikut: 1) Meningkatkan pelayanan transportasi laut nasional, 2) Meningkatkan keselamatan dan keamanan dalam penyelenggara transportasi, 3) laut nasional, 4) Meningkatkan pembinaan perusahaan transportasi laut, 5) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta ilmu pengetahuan dan teknologi dibidang transportasi laut, 5) Meningkatkan penyediaan dana pembangunan transportasi laut, 6) Meningkatkan penyediaan dana pembangunan transportasi laut, 7) Meningkatkan kualitas administrasi Negara pada sub sektor transportasi laut, 8) Kepelabuhan adalah PT. ASDP Indonesia Ferry.

Transportasi di Indonesia beraneka macam jenis modanya, antara lain moda transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Indonesia adalah salah satu Negara kepulauan. Oleh karna itu moda penyebrangan transportasi laut sangatlah dibutuhkan, Indonesia sendiri mempunyai banyak Pelabuhan antara lain, Pelabuhan Tanjung Priok, Tanjung Emas, Tanjung Intan, Tanjung Perak, Tanjung Wangi. Di Jawa Timur Khususnya Kota Surabaya, memiliki Pelabuhan Tanjung Perak yang sangat berperan terhadap perekonomian Indonesia khususnya Jawa Timur. Pelabuhan Tanjung Perak tidak hanya sebagai jalur lokal penghubung antar pulau di Indonesia saja, namun Pelabuhan Tanjung Perak juga sangat berperan penting dalam Kegiatan Ekspor -Impor kegiatan Perdagangan Internasional, selain itu Tanjung Perak juga sebagai Pangkalan Militer TNI AL.PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) adalah perusahaan jasa angkutan penyebrangan dan pengelola pelabuhan penyebrangan untuk penumpang, kendaraan dan barang. Fungsi utama perseroan adalah menyediakan akses transportasi publik antar pulau yang bersebelahan serta menyatukan pulau-pulau besar sekaligus menyediakan akses transportasi publik ke wilayah yang belum memiliki penyebrangan guna mempercepat pembangunan. Untuk meningkatkan pembangunan khususnya di Pulau Madura yang relatif tertinggal dibandingkan kawasan lain di Jawa Timur, maka pemerintah daerah provinsi Jawa Timur dengan segala upaya untuk merealisasikan pembangunan jembatan Suramadu yang menghubungkan antara pulau Jawa (di Surabaya) dan Pulau Madura (Bangkalan) yang memiliki bentang kurang lebih 5,4 Km. Dengan Beroperasinya jembatan Suramadu akan membawa dampak baik secara langsung maupun tidak langsung khususnya terhadap aktivitas transportasi angkutan penyebrangan dari ujung Surabaya ke Kamal Madura yang selama ini merupakan alat penghubung transportasi satu-satunya bagi masyarakat di Pulau Madura dengan daerah lain khususnya untuk wilayah Jawa Timur. Dengan di beroperasinya jembatan Suramadu, Menjadikan suatu pengaruh besar bagi kinerja PT. ASDP Ferry yang berada di wilayah Ujung-Kamal. Sebagai gambaran umum berdasarkan data dari PT. ASDP Indonesia Ferry, bahwa jumlah penumpang dari dermaga Ujung -Kamal setiap harinya mencapai kurang lebih 15000 penumpang pejalan kaki, 5000 penumpang pengendara sepeda motor, dan 2500 penumpang pengguna mobil dengan total omset lintasan penyebrangan Ujung -Kamal diperkirakan mencapai sebesar kurang lebih juta rupiah per hari. Kalangan pengusaha jasa penyeberangan kapal mengkhawatirkan bahwa omset mereka akan turun hingga 50% terkait dengan pengurangan operasi kapal dari 18 unit menjadi 9 unit saat beroperasinya jembatan Suramadu pada bulan Juni 2009.

PT. ASDP Indonesia Cabang Surabaya adalah salah satu pelabuhan di Surabaya yang menyediakan fasilitas yang lengkap bagi penumpang, PT. ASDP juga menyediakan *indoor area* dan *outdoor area*, hal ini di maksudkan agar para penumpang dapat memilih suasana untuk duduk di kapal yang nyaman, terlebih lagi di sediakannya *smoking room area* membuat wanita dan anak-anakpun dapat bebas memilih tempat tanpa merasa terganggu dengan asap rokok yang tersebar di semua *area*.

PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya juga memberikan layanan kepada penumpang salah satunya yaitu karyawan yang sopan dan tempat yang begitu nyaman bagi para penumpang sehingga sebuah layanan sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan agar

berkembang, karena apabila layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut tidak baik, maka penumpang dapat menilai bahwa perusahaan sedang mengalami masalah.

PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya memiliki lokasi yang strategis hal ini dapat memudahkan penumpang untuk mengakses ke pelabuhan dan lokasi dengan situasi yang aman mendapat kepuasan penumpang. Sedangkan kepuasan adalah hasil yang dirasakan oleh pelanggan yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Kotler dan Keller (2009), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura telah membuktikan kepada penumpang bahwa pelayanan yang diberikan setara dengan pelabuhan-pelabuhan lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura? (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura? (3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura? (4) Manakah variabel yang berpengaruh dominan antara fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura?

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura. (3) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura. (4) Untuk mengetahui variabel manakah antara fasilitas, kualitas layanan dan lokasi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan penumpang untuk memakai jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Surabaya penyebrangan Surabaya-Madura.

TINJAUAN TEORETIS

Pemasaran Jasa

Menurut Kotler (2002) dalam Tjiptono (2006:16) menyatakan jasa didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Payne (2000:27) pemasaran adalah proses memahami dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Berdasarkan pengertian jasa di atas menurut Tjiptono (2006:18) karakteristik jasa dibedakan menjadi: 1) *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi karena terbatasnya search qualities, yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan. Untuk jasa, kualitas apa dan bagaimana yang akan diterima konsumen, umumnya tidak diketahui sebelum jasa bersangkutan dikonsumsi. 2) *Inseparability* (tidak

dapat dipisahkan). Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur yang sangat penting. 3) *Variability* atau Heterogeneity (berubah-ubah). Jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini dikarenakan jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya yang cenderung tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya. 4) *Perishability* (tidak tahan lama). Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bagi permintaannya konstan. Tapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa umumnya berbeda-beda dan dipengaruhi oleh faktor musiman. Oleh karena itu perusahaan jasa mengevaluasi guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2006: 19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, kebersihan lingkungan serta kualitas udara harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Desain fasilitas jasa sangat berkaitan pembentukan resepsi pelanggan. Pada keberagaman jenis jasa, persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa yaitu: 1) Sifat dan tujuan organisasi jasa, sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. misalnya desain restoran perlu mempertimbangkan tempat duduk yang nyaman, ruangan dilengkapi dengan AC dan WIFI, serta menyediakan tempat ruangan untuk merokok dan tidak merokok, dan toilet yang bersih. Sehingga dengan begitu konsumen merasa dihargai dan muncul rasa loyalitas konsumen terhadap restoran tersebut. 2) Ketersediaan tanah, setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain. 3) Fleksibilitas, fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan menjadi besar. 4) Faktor estetis, fasilitas jasa tertata secara rapi, menarik dan estetis akan meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. 5) Masyarakat dan lingkungan sekitar, masyarakat dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memberikan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. 5) Biaya kontribusi dan operasi, kedua jenis biaya ini berpengaruh pada desain fasilitas.

Kualitas Layanan

Menurut Lovelock (1988) dalam Laksana (2008:86), definisi dari kualitas adalah sebagai berikut: *"quality is degree of excellent intended and the control of variability in achieving that excellent in meeting the customer requirements"*. Dikatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk dapat memberikan kualitas layanan yang baik maka perlu dibangun hubungan yang erat antar perusahaan dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut.

Sedangkan menurut Goetsh dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2008:108) mengatakan kualitas merupakan satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumsi tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan.

Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat Blomer *et al*,(2000) dalam Karsono (2008:80).

Terdapat lima dimensi *servoqual* sebagai berikut: 1) Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. 2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. 3) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. 4) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. 5) Bukti fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. yang meliputi fasilitas fisik (gedung-gudang, dsb), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor yang ikut berpengaruh pemasaran. Kotler (2012:92) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Menurut Lupiyoadi (2011:80) bahwa lokasi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan berjalannya suatu usaha. Lokasi yang ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana yang tidak membutuhkan biaya besar. Lokasi yang salah akan berdampak biaya operasi perusahaan semakin tinggi. Sebagai akibatnya perusahaan tidak mampu bersaing dan mengalami kerugian. Oleh karena itu lokasi merupakan tuntutan yang benar-benar harus dipikirkan oleh perusahaan. Ada dua langkah yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi untuk usaha yaitu menentukan konsumen yang akan dituju dan memilih lokasi disekitar masyarakat tersebut.

Menurut Alma (2012:105) untuk menentukan lokasi yang strategis perlu dipertimbangkan hal-hal berikut ini: 1) Karakteristik demografi konsumen, 2) Kondisi ekonomi setempat, 3) Keadaan penduduk setempat, 4) Persaingan.

Kepuasan

Dasar bagi loyalitas terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya. Kepuasan merupakan kunci penting untuk mempertahankan pembeli tanpa adanya kepuasan konsumen perusahaan akan sulit untuk bertahan dalam menghadapi persaingan dan kompetitif.

Menurut Tjiptono (2006:349) merumuskan kepuasan peluang sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakainya. Kotler (2001:37) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapan lainnya. Kotler (2007:70) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Seorang konsumen mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan. Bila kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas, sebaliknya bila kinerja melampaui harapan konsumen akan merasa terpuaskan. Harapan yang dimaksudkan oleh konsumen disini dapat diartikan pada pengalaman pembelian di masa lalu, seperti pendapat dari teman serta informasi pasar.

Jadi dapat dikatakan bahwa pada persaingan yang semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya
- H₂: Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya
- H₃: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya
- H₄: Lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan sekumpulan anggota obyek yang akan diteliti, yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah penumpang yang sudah menggunakan jasa transportasi laut pada PT. ASDP Cabang Surabaya, yang beralamat di Jalan Kalimas Baru No. 194 A, Surabaya (Pelabuhan Tanjung Perak) yang jumlahnya sangat besar dan tidak terbatas (*infinit*).

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*, dimana setiap responden memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Sehingga yang menjadi *sample* dari penelitian ini adalah penumpang yang sudah menggunakan jasa transportasi laut pada PT. ASDP Cabang Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Fasilitas

Adalah tersedianya beberapa perangkat atau perlengkapan yang dapat digunakan untuk mendukung aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun Indikatornya: a) Kondisi serta suasana ruangan yang memancing respon intelektual dan emosional. b) Perancangan ruangan yang nyaman dan tepat. c) Kondisi fasilitas yang masih layak untuk dipakai serta kelengkapan fasilitas yang mendukung. d) Tata cahaya yang mampu mendukung aktivitas. e) Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan kesan rileks. f) Tata visual mampu menyampaikan pesan gratis.

Kualitas Layanan

Adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Adapun Indikatornya: a) Bukti Fisik, b) Keandalan, c) Daya Tanggap, d) Jaminan, e) Empati.

Lokasi

Adalah suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik dan salah satu bagian yang penting dalam keberhasilan perusahaan. Adapun Indikatornya: a) Akses, b) Visibilitas, c) Lalu Lintas, d) Ketersediaan lahan parkir yang memadai, e) Situasi lingkungan yang aman.

Kepuasan Penumpang

Adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat dari Tjiptono (2011) yang menunjukkan 6 konsep dalam mengukur kepuasan penumpang. Adapun Indikatornya: a) Kepuasan pelanggan keseluruhan, b) Dimensi kepuasan pelanggan, c) Konfirmasi harapan, d) Minat pembelian ulang pelanggan terhadap jasa perusahaan, e) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, f) Pelanggan puas terhadap jasa yang telah disediakan.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian akan diuji dengan persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$KP = b_0 + b_1F + b_2KL + b_3L + e$$

Dimana:

KP	= Kepuasan penumpang (variabel terikat)
b_0	= Konstanta
F	= Fasilitas (variabel bebas)
KL	= Kualitas layanan (variabel bebas)
L	= Lokasi (variabel bebas)
$b_1..b_3$	= Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas
e	= Standar Error

Hasil dari analisis yang dihitung berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat ditentukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Apabila hasil dari analisis tersebut sama-sama mengalami kenaikan atau sama-sama turun atau searah, maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah positif. Begitu juga sebaliknya, apabila kenaikan variabel independen menyebabkan penurunan variabel dependen maka hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* adalah negatif.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Tanggapan Responden

Analisis deskripsi bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner untuk masing-masing variabel. Dan untuk jawaban responden didapat dari besarnya interval kelas mean setelah diketahui, kemudian dibuat rentang skala, sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap variabel yang dipertanyakan.

Dari pernyataan pada kuisioner yang telah diajukan kepada responden diperoleh berbagai macam tanggapan mengenai pengaruh yang berkaitan dengan semua aspek pada Fasilitas yang dilakukan untuk memfasilitasi penumpang dari PT. ASDP yang meliputi Berbagai tanggapan dari responden tersebut dapat disajikan sebagai berikut:

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Fasilitas

Merupakan strategi yang di terapkan oleh PT. ASDP yang berhubungan dengan aspek Fasilitas, hal ini dilakukan guna memberikan fasilitas kapal pada penumpang. Berdasarkan data yang diperoleh dari penumpang melalui kuisiонер yang telah dibagikan, diperoleh deskripsi data mengenai Fasilitas secara umum ditunjukkan pada Tabel 1:

Tabel 1
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Fasilitas

Indikator Variabel	Frekuensi				Total	N	Mean
	STS	TS	S	SS			
F1	10	27	47	16	269	100	2.69
F2	5	33	36	26	283	100	2.83
F3	9	19	47	25	283	100	2.88
F4	5.22	53	20	2.88	100	2.88	
F5	8.36	39	17	2.65	100	2.65	
F6	8.29	52	11	2.66	100	2.66	
Total					1659	2.76	

Sumber Data Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju berkaitan dengan semua aspek pada Fasilitas yang dilakukan untuk memfasilitasi penumpang dari PT. ASDP. Hal ini dijelaskan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek fasilitas tersebut sebesar 2,76. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $2,50 < x \leq 3,25$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju atas pernyataan tentang semua aspek Fasilitas. Dalam hal ini juga menunjukkan responden menganggap bahwa Fasilitas yang dilakukan untuk memfasilitasi penumpang. Dengan demikian responden merasa tertarik untuk menggunakan jasa kapal penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

Merupakan tanggapan dari responden yang berkaitan dengan pengadaan kualitas layanan pada penumpang kapal. Selain itu responden juga akan menilai kualitas layanan pada penumpang. Dengan pengadaan ini diharapkan dapat mendorong penumpang untuk menggunakan jasa kapal dalam jangka pendek maupun meningkatkan hubungan jangka panjang. Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen melalui kuisiонер yang telah dibagikan, diperoleh deskripsi data mengenai Kualitas Layanan secara umum ditunjukkan pada Tabel 2:

Tabel 2
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

Indikator Variabel	Frekuensi				Total	N	Mean
	STS	TS	S	SS			
KL1	15	33	44	8	245	100	2.45
KL 2	4	35	41	20	277	100	2.77
KL 3	3	33	44	17	273	100	2.73
KL 4	7	34	38	21	273	100	2.73
KL 5	4	43	37	25	283	100	2.83
Total					1351		2.70

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju berkaitan dengan setiap aspek pada Kualitas Layanan yang dilakukan untuk mendorong penggunaan

jasa jangka pendek maupun meningkatkan hubungan jangka panjang. Hal ini di jelaskan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek Kualitas Layanan tersebut sebesar 2,70. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $2,50 < x \leq 3,25$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju atas pernyataan tentang semua aspek Kualitas Layanan. Dalam hal ini juga menunjukkan responden tertarik dengan Kualitas Layanan yang dilakukan oleh PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya, untuk mendorong penggunaan jasa jangka pendek maupun hubungan jangka panjang terhadap penumpang.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

Merupakan tanggapan dari responden yang berkaitan dengan lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh penumpang. Hal ini bertujuan untuk agar penumpang dapat melakukan pembelian jasa, baik hubungan jangka pendek maupun jangka panjang. Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen melalui kuisioner yang telah dibagikan, diperoleh deskripsi data mengenai Lokasi secara umum ditunjukkan pada Tabel 3:

Tabel 3
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

Indikator Variabel	Frekuensi				Total	N	Mean
	STS	TS	S	SS			
L1	4	34	37	35	283	100	2.83
L2	5	26	44	25	289	100	2.89
L3	7	31	29	33	288	100	2.88
L4	8	30	40	22	276	100	2.76
L5	8	30	40	22	276	100	2.76
Total					1412		2.82

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju berkaitan dengan setiap aspek pada Lokasi yang dilakukan untuk menciptakan hubungan jangka pendek maupun jangka panjang yang meliputi; Arus lalu lintas yang lancar, Lokasi yg strategis dekat PT. ASDP, situasi yang aman pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Hal ini di jelaskan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek Lokasi tersebut sebesar 2,82. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $2,50 < x \leq 3,25$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju atas pernyataan tentang semua aspek Lokasi.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Penumpang

Merupakan tanggapan dari responden yang berkaitan dengan kepuasan penumpang yang dilakukan mengenai jasa atau hal lain yang mereka rasakan di PT. ASDP Indonesia Ferry yang nantinya akan menjadi informasi dan refrensi bagi responden lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen melalui kuisioner yang telah dibagikan, diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan penumpang secara umum ditunjukkan pada Tabel 4:

Tabel 4
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Penumpang

Indikator Variabel	Frekuensi				Total	N	Mean
	STS	TS	S	SS			
KP1	5	31	57	7	266	100	2.66
KP 2	6	21	46	27	294	100	2.94
KP 3	9	29	46	16	269	100	2.69
KP 4	8	29	39	24	279	100	2.79
KP 5	9	29	46	16	269	100	2.69
KP6	8	29	39	24	279	100	2.79
Total					1659		2.76

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui rata-rata responden menyatakan setuju berkaitan dengan setiap aspek pada kepuasan penumpang yang merupakan mengenai jasa atau hal lain yang mereka rasakan yang menghasilkan suatu referensi bagi responden lain yang meliputi; fasilitas yang sesuai dengan harapan penumpang, penumpang dengan sukarela merekomendasikan dan juga menginformasikan hal positif tentang jasa pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Hal ini dijelaskan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek kepuasan penumpang tersebut sebesar 2,76. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $2,50 < x \leq 3,25$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju atas pernyataan tentang semua aspek Kepuasan Penumpang. Dalam hal ini menunjukkan responden melakukan komunikasi antar responden dengan menceritakan kesenangan terhadap jasa yang diberikan, menceritakan hal positif serta menginformasikan hal positif mengenai jasa selain itu juga menunjukkan tingginya frekuensi Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.

Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari setiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis r product moment. Hasil uji validitas ditunjukkan pada Tabel 5:

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Correceted item total Correlation(r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas	F1	0,593	0,197	Valid
	F2	0,660	0,197	Valid
	F3	0,528	0,197	Valid
	F4	0,478	0,197	Valid
	F5	0,530	0,197	Valid
	F6	0,520	0,197	Valid
Kualitas Layanan	KL1	0,349	0,197	Valid
	KL2	0,390	0,197	Valid
	KL3	0,496	0,197	Valid
	KL4	0,627	0,197	Valid
	KL5	0,557	0,197	Valid
Lokasi	L1	0,557	0,197	Valid
	L2	0,652	0,197	Valid
	L3	0,565	0,197	Valid
	L4	0,640	0,197	Valid
	L5	0,640	0,197	Valid
Kepuasan Penumpang	KP1	0,579	0,197	Valid
	KP2	0,612	0,197	Valid
	KP3	0,600	0,197	Valid
	KP4	0,634	0,197	Valid
	KP5	0,600	0,197	Valid
	KP6	0,634	0,197	Valid

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan, mempunyai nilai r hasil > dari r tabel, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian satu kali atau *one shot methode* Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* >0,60. (Ghozali, 2011:42). Hasil Uji reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 6:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,922	22

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari hasil uji pada Tabel 6 terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,922 lebih besar 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi diantara variabel bebas. Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan Program SPSS versi 17 ditunjukkan pada tabel 7:

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas

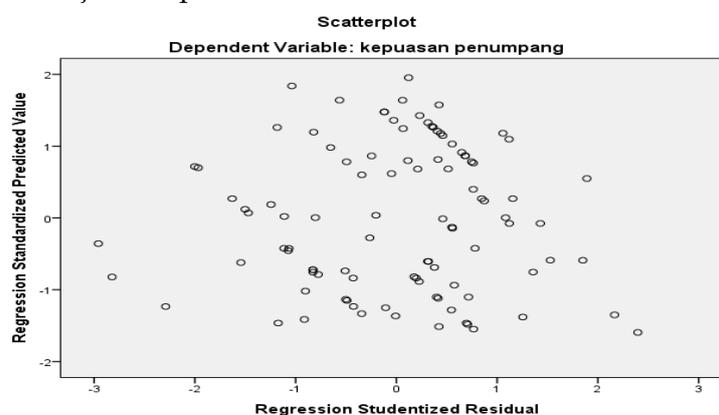
Variabel	Variance Influence Factor (VIF)	Keterangan
Fasilitas	1.554	Bebas multikolinieritas
Kualitas Layanan	2.799	Bebas multikolinieritas
Lokasi	1.845	Bebas multikolinieritas

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *variance influence factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Kuncoro (2011:118) heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Grafik Heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 1:

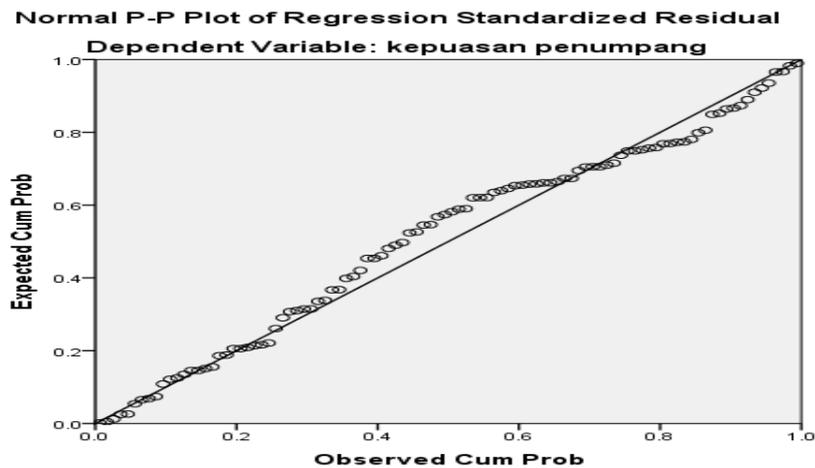


Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari gambar di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil olah SPSS 17 uji normalitas dengan tampilan grafik *normal probability plot* ditunjukkan pada Gambar 2:



Gambar 2
Grafik Pengujian Uji Normalitas
 Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dapat dilihat dari Gambar 2, disimpulkan bahwa baik melalui pendekatan Kolmogorov Smirnov maupun pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Kelayakan Model
Uji F

Uji F digunakan untuk menguji untuk menguji kelayakan model atau untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji kesesuaian model ditunjukkan pada Tabel 8:

Tabel 8
Hasil Uji Kesesuaian Model (Goodness of fit)
Anova^a

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regresion	663.971	3	221.324	20.615	.000 ^b
Residual	1030.669	96	10.736		
Total	1694.640	96			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang
 - b. Predictors: Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi
- Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari Tabel 8 hasil output tingkat signifikan 0,000 kurang dari $\alpha = 5\%$ menunjukkan pengaruh variabel fasilitas, kualitas layanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry adalah signifikan. Sehingga model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan analisis berikutnya.

Koefisien Determinasi (R²) dan Korelasi (R)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas yaitu Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry. Hasil perhitungan koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 9:

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,626 ^a	0,392	0,373	3,27660

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari Tabel 9 diketahui R square (R²) sebesar 0,392 atau 39,2% yang menunjukkan kontribusi dari variabel bebas atau *independent* yaitu Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Sedangkan sisanya (100 %-39,2% = 60,8%) dikontribusi oleh faktor lainnya.

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel bebas atau *independent* yaitu fasilitas, kualitas layanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,626 atau 62,6 %. Hasil ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya memiliki hubungan yang erat.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau variabel bebas yang meliputi Fasilitas (F), Kualitas Layanan (KL) dan Lokasi (L) terhadap variabel dependent atau variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang (KP) pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 17 ditunjukkan pada Tabel 10:

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien Regresi	Sig	R
F	0.300	0.007	0.272
KL	0.129	0.401	0.086
L	0.384	0.001	0.324
Konstanta	3.394		
Sig F	0.000		
R	0.626		
R ²	0.392		

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari data Tabel 10 persamaan regresi yang didapat adalah

$$KP = 3,394 + 0,300F + 0,129KL + 0,384L$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3,394 menunjukan jika fasilitas, kualitas layanan dan lokasi = 0 atau tidak ada, maka kepuasan penumpang akan sebesar 3,394
2. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas (F), sebesar 0,300. Koefisien positif menunjukan bahwa variabel kualitas layanan (KL) mempunyai hubungan searah dengan kepuasan penumpang (KP). Artinya apabila fasilitas (F) meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
3. Koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (KL), sebesar 0,129. Koefisien positif atau searah menunjukan bahwa variabel kualitas layanan (KL) mempunyai hubungan

searah dengan kepuasan penumpang (KP). Artinya apabila kualitas layanan (KL) meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

4. Koefisien regresi untuk variabel lokasi (L), sebesar 0,384. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel lokasi (L) mempunyai hubungan searah dengan Kepuasan Penumpang (KP). Artinya apabila lokasi (L) meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis (Uji t) ditunjukkan ;pada tabel 11:

Tabel 11
Hasil Perolehan t_{hitung} dan Tingkat Signifikan

Variabel	Sig	Keterangan
Fasilitas	0.007	Signifikan
Kualitas Layanan	0.401	Tidak signifikan
Lokasi	0.001	Signifikan

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Dari Tabel 11 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Uji Parsial Pengaruh Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang.
Diperoleh tingkat signifikan variabel fasilitas = $0,007 < \alpha = 0,05$ atau 5% (*level of signifikan*), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya adalah signifikan.
2. Uji Parsial Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang
Diperoleh tingkat signifikan variabel kualitas layanan = $0,401 < \alpha = 0,05$ atau 5% (*level of signifikan*), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya adalah tidak signifikan.
3. Uji Parsial Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Kepuasan Penumpang Diperoleh tingkat signifikan variabel lokasi = $0,001 < \alpha = 0,05$ atau 5% (*level of signifikan*), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya adalah signifikan.

Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinasi parsial ini digunakan untuk mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bebas atau *independent* fasilitas, kualitas layanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya, dapat ditunjukkan pada Tabel 12:

Tabel 12
Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial

Variabel	r	r^2
Fasilitas	0,272	0,0739
Kualitas Layanan	0,086	0,0074
Lokasi	0,324	0,1049

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Maka dapat diuraikan tingkat korelasi dari masing-masing variabel bebas tersebut, sebagai berikut:

1. Koefisien determinasi parsial variabel fasilitas = 0,0739 hal ini berarti sebesar 7,39 % yang menunjukkan besarnya kontribusi fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.
2. Koefisien determinasi parsial variabel kualitas layanan = 0,0074 hal ini berarti sebesar 0,74 % yang menunjukkan besarnya kontribusi kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.
3. Koefisien determinasi parsial variabel lokasi = 0,1049 hal ini berarti sebesar 10,49 % yang menunjukkan besarnya kontribusi lokasi terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.

Pada uraian diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi tertinggi dicapai oleh variabel lokasi yaitu sebesar atau 10,49%. Jadi bisa dikatakan bahwa variabel lokasi merupakan variabel bebas yang dominan mempengaruhi kepuasan penumpang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 10 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ atau 5%, dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu Fasilitas (F) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan penumpang. Maka dapat menunjukkan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada fasilitas akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan penumpang karena dari situasi lapangan (kapal) masih layak pakai kelengkapan dan fasilitasnya ruangan yang nyaman bersih dan pengaruhnya bersifat positif atau searah yaitu apabila terjadi kenaikan pada fasilitas akan menyebabkan kenaikan juga pada keputusan pembelian, sebaliknya apabila terjadi penurunan pada fasilitas akan menyebabkan penurunan juga terhadap kepuasan penumpang.

Menurut Tjiptono (2006: 19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, kebersihan lingkungan serta kualitas udara harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Falakh (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu. Juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Mardiyani (2013) yang menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.594.10 Ds. Wedelan Kec. Bangsri, Jepara.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan penumpang sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 10 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,401 < 0,05$ atau 5%, dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan (KL) secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan penumpang. Maka dapat menunjukkan bahwa tidak banyak adanya perubahan yang terjadi pada kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang karena yang terjadi dilapangan, responden tidak terlalu memperhatikan layanan yang diberikan oleh petugas, penumpang dan petugas hanya berinteraksi ketika penumpang membeli tiket dan masuk ke kapal penumpang setelah itu penumpang tidak berinteraksi lagi dengan petugas karena penumpang hanya ingin cepat sampai tujuan dan pengaruhnya

bersifat positif atau searah yaitu apabila terjadi kenaikan pada kualitas layanan akan menyebabkan kenaikan juga pada kepuasan penumpang, sebaliknya apabila terjadi penurunan pada kepuasan penumpang akan menyebabkan penurunan juga terhadap kepuasan penumpang.

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumsi tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat (Karsono, 2008:80). Sedangkan menurut Tjiptono (2008:108) mengatakan kualitas merupakan satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggarayana dan Pramudana (2013) yang menyatakan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Dewa Putu Toris Gianyar. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan kepada UD. Dewa Putu Toris Gianyar untuk mengkaji kembali kualitas layanan agar mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif pada kepuasan penumpang sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 10 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%, dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu lokasi (L) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan penumpang karena terlihat dari situasi lapangan arus lalu lintas yang lancar dan lokasi yang strategis dan aman penumpang lebih memilih lokasi sebagai variabel paling dominan. Maka dapat menunjukkan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada lokasi akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan penumpang dan pengaruhnya bersifat positif atau searah yaitu apabila terjadi kenaikan pada lokasi akan menyebabkan kenaikan juga pada kepuasan penumpang, sebaliknya apabila terjadi penurunan pada lokasi akan menyebabkan penurunan juga terhadap kepuasan penumpang.

Menurut Lupiyoadi (2011:80) bahwa lokasi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Kotler (2012:92) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rais (2014) yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mom Milk Pabelan. Juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Wulansari (2015) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ahas MPM Motor Kediri.

Variabel yang Berpengaruh Dominan terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan Tabel 12 koefisien determinasi parsial variabel fasilitas sebesar 0,0739 hal ini berarti sekitar 7,39% yang menunjukkan besarnya kontribusi fasilitas terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Koefisien determinasi parsial variabel kualitas layanan sebesar 0,0074 hal ini berarti sebesar 0,74 % yang menunjukkan besarnya kontribusi kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Koefisien determinasi parsial variabel lokasi sebesar 0,1049 hal ini berarti sebesar 10,49 % yang menunjukkan besarnya kontribusi lokasi terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi tertinggi dicapai oleh variabel lokasi yaitu sebesar atau 10,49%. Maka dapat dinyatakan bahwa diantara variabel fasilitas, kualitas layanan dan lokasi yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya adalah variabel lokasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai: 1) Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Sedangkan variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. 2) Lokasi merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya. Dengan demikian, hipotesis keempat penelitian ini yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya terbukti dan dapat diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Adapun saran dari penelitian untuk PT. ASDP Indonesia Cabang Surabaya berhubungan dengan lokasi, karena lokasi merupakan hal yang paling dominan. Untuk mempertahankan serta meningkatkan tingginya frekuensi lokasi. Pihak PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya perlu memperhatikan lebih serius apa yang diinginkan oleh penumpang berkaitan dengan tempat strategis, situasi yang aman agar penumpang merasa terpuaskan sehingga akan merekomendasikan hal-hal yang positif mengenai PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Surabaya kepada orang lain.

2. Bagi Peneliti lain

- a. Saran bagi peneliti lain yaitu lebih memperhatikan faktor lain diluar model dalam penelitian ini, seperti bauran pemasaran dan faktor lain-lain yang memiliki dampak pada kepuasan penumpang.
- b. Menambah jumlah pertanyaan pada indikator setiap variabel dan mempelajari terlebih lebih mendalam tentang karakteristik subyek maupun obyek penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Anggarayana dan Pramudana. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 2(10). 2302 – 8912.
- Falakh, A.F. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu. *journal of retailing*. 2(3).1 - 86
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS. (Trans: Application of Multivariate Analysis using SPSS)*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

- Karsono. 2008. *Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Biaya Switching dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kesetiaan Pelanggan*. *Fokus Manajerial*, 6(2), 10-31.
- Keputusan Direktur Jendral Perhubungan Laut Nomor:UK.11/15/15 DJPL-06.
Sistem Pembangunan Transportasi Laut 2005-2024. Kementrian Perhubungan RI. Jakarta.
- Kotler, P. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan K.L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 .Jilid 2. PT Gelora Aksa Pratama. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2011. *Metode Kuantitatif*. Edisi Keempat. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mardiyani, M.S. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU 44.594.10 Ds. Wedelan Kec. Bangsri, Jepara). *Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Payne, A. 2000. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Cetaka Pertama. Andy Offset. Yogyakarta.
- Rais, F. 2014. Analisis Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Mom Milk Pabelan. *Naskah Publikasi Jurusan Manajemen*. 3(2). 43 - 50.
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Bayu Media Publishing. Yogyakarta.
- _____. 2008. *Prinsip - prinsip Total Quality Service*. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Andy Offset. Yogyakarta.
- Wulansari, S. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri). *Skripsi Jurusan Manajemen. Universitas Nusantara PGRI. Kediri*.