

Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Kepuasan Penumpang pada Kapal Soby Star
The Influence of Tariffs and Service Quality of Passenger Satisfaction on Soby Star Ships

Indah Lumayo¹ Heny Ariwijaya^{2*}

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika Luwuk

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika Luwuk

*Email: henyariwijaya@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kapal Soby Star di Kecamatan Bulagi Utara. Pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel diambil sebanyak 97 responden yakni masyarakat dikecamatan Bulagi Utara. Teknik data menggunakan analisis regresi linear berganda, Koefisien korelasi (r), koefisien determinasi (R²), uji F dan uji t. Hasil analisis regresi $Y = 5,309 + 0,417X_1 + 0,226X_2$. Menunjukkan bahwa tarif dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil korelasi (r) sebesar 0,590 ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat pengaruhnya antara tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang. Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,348 atau 34,8 memberikan arti bahwa besarnya pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang dan sisanya 65,2% ditentukan oleh variabel diluar model yang dianalisis. Pengujian hipotesis diperoleh bahwa $F_{hitung} 25,035 > F_{tabel} 3,09$. Hal ini menunjukkan arti H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji t tarif dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dimana ($6,079$ dan $3,384$) $> t_{tabel} (1,985)$ dan memiliki nilai probabilitas sebesar $0,000$, dan $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: Tarif, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang

Abstract

This research was conducted to determine and analyze the effect of tariffs and service quality on passenger satisfaction on the Soby Star ship in North Bulagi District. Sampling used is purposive sampling. Samples were taken of 97 respondents, namely the community in North Bulagi sub-district. The data technique used multiple linear regression analysis, correlation coefficient (r), coefficient of determination (R²), F test and t test. The results of the regression analysis $Y = 5.309 + 0.417X_1 + 0.226X_2$. Shows that tariffs and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). The result of the correlation (r) of 0.590 shows that there is a very strong relationship between fares and service quality on passenger satisfaction. The coefficient of determination (R²) of 0.348 or 34.8 means that the magnitude of the influence of fares and service quality on passenger satisfaction and the remaining 65.2% is determined by variables outside the model being analyzed. Testing the hypothesis obtained that $F_{count} 25.035 > F_{table} 3.09$. This shows the meaning of H_0 is rejected and H_a is accepted. The t-test of tariffs and service quality has a positive and significant effect on passenger satisfaction where (6.079 and 3.384) $> t_{table} (1.985)$ and has a probability value of 0.000 , and $0.001 < 0.05$.

Keywords: Fares, Service Quality, Passenger Satisfaction

PENDAHULUAN

Transportasi adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan serta dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Rohaeni & Marwa, 2018). Hubungan keamatan terjalin antara transportasi dengan jangkauan lokal kegiatan manusia baik barang atau jasa. Dalam kaitannya dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan signifikan dalam berbagai aspek, baik dalam aspek social, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan. Betapa besar dan penting peranan transportasi dalam kehidupan manusia, tampak dari usaha-usaha manusia untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan sistem serta kapasitas angkut sepanjang zaman dahulu kala hingga masa sekarang ini (Az-Zahra & Rakhmawati, 2020). Makin bertambah baik alat transportasi yang digunakan manusia makin bertambah tingkat mobilitas manusia itu, baik secara individual maupun secara sosial; berarti makin besar pula kemungkinan manusia dalam memperoleh sumber kehidupan yang lebih baik (jannah & Ady, 2017).

Di dalam aspek perekonomian, transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar (Junaidi et al., 2020). Semakin berkembangnya perekonomian menuju era globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan menentukan pilihannya. Banyak transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi (Pramana & Sukresna, 2016). Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen (Muttaqin, 2020). Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Pemasaran adalah keseluruhan intern yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Wahyujatmiko & Hadi, 2018). Konsep manajemen pemasaran diartikan sebagai falsafah bisnis dimana pemuasan kebutuhan konsumen adalah syarat ekonomi dan sosial untuk kelangsungan pertahanan sebuah usaha, oleh Karena itu setiap kegiatan pemasaran dalam usaha harus diarahkan untuk tujuan tertentu (Hilmi & Karsudjono, 2019). Kinerja adalah hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen (Handoko, 2017). Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan antar perusahaan.

Harga suatu barang atau jasa juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan karena itu harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Prasetio, 2012). Ada lima pokok dimensi kualitas pelayanan menurut pakar pemasaran, (Aswadi Lubis & Caniago, 2019) antara lain sebagai berikut: Bukti Langsung (tangibels) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Keandalan (reability) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Daya Tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan daya tanggap. Jaminan (assurance), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah penelitian pertama dari Supriyatin (2014) yang berjudul “ Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Expedisi di Surabaya” Dimana hasil penelitiannya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian kedua dari Setyani (2016) yang berjudul “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus minimarket pujomart simigaluh kulonprogo Yogyakarta)”. Dimana hasil dari penelitiannya adalah harga dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh positif dan signifikan. Rumusan masalah dalam penelitian adalah apakah tarif dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang kapal Soby Star Kecamatan Bulagi Utara, dan bagaimana signifikansi tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kapal Soby Star Kecamatan Bulagi Utara. Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kapal Soby Star dan untuk mengetahui Signifikansi tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kapal Soby Star.

METODE

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang memiliki sifat tidak bisa dihitung (data yang bukan angka-angka), berupa informasi atau penjelasan didasarkan pada pendekatan teoritis dan pemikiran secara logis atau merupakan kesimpulan dari data kuantitatif dalam bentuk kalimat (Musianto, 2002). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung yang berasal dari sumbernya atau diperoleh langsung dari responden (Sobarna, 2020). Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari konsumen/penumpang yang menggunakan jasa Kapal Soby Star di Kecamatan Bulagi Utara. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang relevan dengan objek penelitian. Data sekunder meliputi : Data konsumen, Struktur organisasi ,dll (Rinovian & Suarsa, 2018). Teknik pengumpulan data yang penulis tempuh dalam usaha memperoleh data yang relevan untuk pemecahan dan penganalisaan permasalahan diperoleh melalui empat cara, yaitu: Kuisisioner, yang merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan, atau pernyataan tertulis tentang masalah yang di bahas tentang Pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kapal soby star. Metode Observasi, teknik pengumpulan data dimana dalam penelitian ini, melakukan pengamatan langsung langsung pada Kapal Soby Star. Wawancara/Interview, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Supriyanto & Wiwoho, 2017). Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung. Data kualitatif dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode Regresi linear berganda (Hustia, 2020). Model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

X_1 : Variabel Harga/Tarif

X_2 : Variabel Kualitas pelayanan

a : Nilai Konstanta

b : koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh X dan Y

e : Kesalahan prediksi atau error

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependen terhadap variabel dependen. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS (Hakim & Saragih, 2019) adalah : Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau tidak ada pengaruh antara dua variabel yang diuji. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau ada pengaruh antara dua variabel yang diuji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dirangkum dalam tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : $Y = 5,309 + 0,417X_1 + 0,226X_2$. Persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai diatas dapat diuraikan sebagai berikut : Nilai konstanta sebesar 5,309 memberikan arti bahwa apabila variabel bebas yang terdiri dari Tarif (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai nol (0) atau tidak ada variabel ($X_1 X_2$) maka besarnya kepuasan konsumen (Y) sebesar 5,309. Nilai Koefisien regresi variabel tarif (X_1) sebesar 0,417 berarti bahwa apabila variabel tarif (X_1) mengalami penambahan 1 satuan maka akan memberikan pengaruh pada peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,417 satuan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,226 berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan X_2 mengalami penambahan 1 satuan maka akan memberikan pengaruh pada peningkatan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,226 satuan. Hasil pengolahan data dengan menggunakan alat analisis metode regresi linear berganda yang perhitungannya dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil analisis data tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang yaitu dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	T-Hitung	Probabilitas
Kepuasan	Tarif (X1)	0,417	6,079	0,000
Konsumen	Kualitas Pelayanan (X2)	0,226	3,384	0,001
Konstanta = 5,309		N = 97 k = 2 $\alpha = 0,05$		
Koefisien Korelasi = 0,590		Dk = (N - 1) - k		
Koefisien Determinasi = 0,348		Dk = (97 - 1) - 2 = 94		
F-Hitung = 25,035		F-Tabel = 3,09		
		T-Tabel = 1,985		

Koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur kuat atau tidaknya hubungan variabel yang terdiri dari tarif (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan penumpang (Y) ditunjukkan oleh angka 0,590. Angka ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tarif (X_1), kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan penumpang (Y) masuk dalam kategori cukup kuat. Koefisien determinasi yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 0,348 menunjukkan besarnya sumbangan variabel bebas melalui tarif (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan penumpang (Y) adalah sebesar 34,8% sedangkan sisanya sebesar 65,2% dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : hasil penelitian dan pengelolaan data dengan menggunakan alat analisis metode regresi linear berganda yang perhitungannya dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh dari hasil $Y = 5,309 + 0,417X_1 + 0,226X_2$. Berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh bahwa harga (X_1) dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $6,079 > 1,985$ artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang (Y) Kapal Soby Star Kecamatan Bulagi Utara. Berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh bahwa kualitas pelayanan (X_2) dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,384 > 1,985$ artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang (Y) Kapal Soby Star Kecamatan Bulagi Utara. Dari hasil pengujian secara simultan (uji F) diperoleh $F_{hitung} 25,035 > 3,09 F_{tabel}$ maka semua variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswadi Lubis, H., & Caniogo, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 164–181. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V2I2.90>
- Az-Zahra, P., & Rakhmawati, L. (2020). Pengaruh Modal Psikologikal Terhadap Perilaku Pelayanan Yang Dimediasi Oleh Keterikatan Kerja Pada Pengemudi Ojek Online Di Wilayah Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 11(1), 46–60.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara Di UD. Barelang Tani Jaya Batam. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ECOB.I.V6I2.4>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/JIMB.V18I1.1098>
- Hilmi, R., & Karsudjono, A. J. (2019). Pengaruh Tempat Dan Promosi Terhadap Pembelian Pada Ukhuwahmart Banjarmasin. *AL-KALAM : JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 6(2), 42–60. <https://doi.org/10.31602/AL-KALAM.V6I2.2315>

- Hustia, A. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan WFO Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 81–91. <https://doi.org/10.32502/JIMN.V10I1.2929>
- jannah, waiqotul, & Ady, S. U. (2017). Analisis Fundamental, Suku Bunga, Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor Di Surabaya. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 138–155. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/manajemen/article/view/338>
- Junaidi, J., Gani, I., & Noor, A. (2020). Analisis Transportasi Darat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Kalimantan Timur. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 264–269. <https://doi.org/10.30872/JKIN.V17I2.7956>
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 123–136. <http://203.189.120.189/ejournal/index.php/man/article/view/15628>
- Muttaqin, R. (2020). Analisis Distruptive Marketing Pada Perusahaan Startup (PT. Gojek Indonesia). *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 101–113. <https://doi.org/10.24036/JKMB.10981400>
- Pramana, R. I., & Sukresna, I. M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Atas Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 321–335. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Prasetyo, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.15294/MAJ.V1I1.497>
- Rinovian, R., & Suarsa, A. (2018). Pengungkapan CSR Perbankan Syariah Sebagai Kebutuhan Informasi Stakeholder. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(2), 179–202. <https://doi.org/10.31955/MEA.V2I2.23>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=804605&val=10493&title=Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan>
- Sobarna, N. (2020). Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al Uswah Indonesia Kota Banjar. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* , 11(3), 178–188. <https://doi.org/10.32670/COOPETITION.V11I3.153>
- Supriyanto, M., & Wiwoho, R. (2017). Studi Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele di Kecamatan Maospati Kabupaten Magetan. *Jurnal AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 2(2), 43–55. <https://doi.org/10.32486/AKSI.V2I2.80>
- Wahyujatmiko, S., & Hadi, I. Y. (2018). Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 9(2), 100–120. <https://doi.org/10.18196/BTI.92104>