

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA JASA PEMANDUAN PT BIAS DELTA
PRATAMA**

SKRIPSI



Oleh :

La Ode Muhammad Tauha

160910250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA JASA PEMANDUAN PT BIAS DELTA
PRATAMA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh :

La Ode Muhammad Tauha

160910250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : La Ode Muhammad Tauha
NPM : 160910250
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2020



La Ode Muhammad Tauha
16091025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA JASA PEMANDUAN PT BIAS DELTA
PRATAMA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

La Ode Muhammad Tauha

160910250

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 29 Juli 2020

**Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Kualitas layanan memainkan peran penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga menghasilkan loyalitas. Penyedia layanan harus memberikan layanan yang ramah, sopan dan baik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. PT Bias Delta Pratama adalah salah satu Entitas Bisnis Pelabuhan yang telah memperoleh izin kepanduan. Populasi dalam penelitian ini adalah seratus lima puluh orang. Menggunakan slovin sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS (Statistik Solusi Produk dan Layanan) versi dua puluh satu. Hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan fasilitas bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Service quality plays an important role in a company because it will affect customer satisfaction, resulting in loyalty. Service providers must provide friendly, courteous and good services to provide satisfaction to consumers. PT Bias Delta Pratama is one of the Port Business Entities that has obtained a scouting permit. The population in this study was one hundred fifty people. Using slovin sampling. Data collection techniques using questionnaires and documentation. The measurement scale used is a Likert scale. Data collected in this study were analyzed by multiple linear regression analysis with the help of SPSS (Product and Service Solution Statistics) twenty-one. T test results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. Facility has a positive and significant effect on customer satisfaction. F test results show that service quality and facility variables together have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : *Service quality, Facility and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama”.

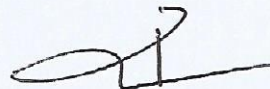
Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Dan tujuan lainnya adalah untuk membantu mahasiswa agar mampu menerapkan ilmu yang telah didapat semasa kuliah pada permasalahan yang terjadi di lapangan saat melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam dan Selaku Pmbimbing Skripsi.
2. Ibu Rizki Tri Anugerah Bakti, S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Humanora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
4. Seluruh dosen-dosen pengajar beserta staf dan civitas Universitas Putera Batam yang telah memberikan banyak informasi dan pengetahuan kepada penulis.
5. Orang tua dan adik peneliti yang sangat dicintai, yang telah memberikan doa dan semangat untuk keberhasilan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada rekan-rekan kelas Manajemen Bisnis angkatan 2016 dan sealumni Universitas Putra Batam yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya. Akhir kata, besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak dan pembaca budiman.

Batam, 29 Juli 2020



La Ode Muhammad Tauha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR RUMUS	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	xxi
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.2 Karakteristik Pelayanan	12
2.1.1.3 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.4 Strategi Mewujudkan Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.5 Indikator – Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.2 Fasilitas.....	16
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	16
2.1.2.2 Tujuan Fasilitas	17
2.1.2.3 Manfaat Fasilitas	17
2.1.2.4 Indikator-Indikator Fasilitas	18
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2.1.3.2 Kriteria Mengukur Kepuasan Konsumen	20
2.1.3.3 Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	23

2.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.4.	Kerangka Pemikiran	25
2.5.	Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Operasional Variabel.....	29
3.2.1	Variabel Independen.....	29
3.3.	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	30
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	32
3.5.	Metode Analisis Data.....	33
3.5.1	Analisis Deskriptif	34
3.5.2	Uji Kualitas Data	34
3.5.2.1	Uji Validitas Data.....	34
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1	Uji Normalitas	36

3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	37
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.5.4	Uji Pengaruh.....	38
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.5.5	Uji Hipotesis	40
3.5.5.1	Uji T (Parsial).....	40
3.5.5.2	Uji F (Simultan)	41
3.6.	Lokasi Dan Jadwal Penelitian	42
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	42
3.6.2	Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Profil Responden.....	44
4.1.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.1.2	Berdasarkan Usia	45
4.1.1.3	Berdasarkan Pendapatan	45
4.1.2	Analisis Deskriptif	46
4.1.2.1	Kualitas Pelayanan (X_1).....	46
4.1.2.2	Fasilitas (X_2)	56
4.1.2.3	Kepuasan Konsumen.....	68

4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data	74
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas Data	74
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	78
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	79
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	79
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	80
4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh.....	82
4.1.5.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.1.5.2	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis.....	84
4.1.6.1	Hasil Uji T (Parsial).....	84
4.1.6.2	Hasil Uji F (Simultan)	86
4.2	Pembahasan	87
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	87
4.2.2	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1.	Simpulan	92
5.2.	Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Waktu Tempuh dan Durasi waktu Rata-rata Pelayanan	4
Tabel 1.2 Data Kondisi Sarana dan Prasarana Pemanduan	5
Tabel 1.3 Data Jumlah Pelayanan Kapal Masuk dan Keluar Januari, Februari dan Maret 2020.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.2 Usia Responden.....	45
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_2).....	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	77
Tabel 4.7 Indeks Koefisien Reliabilitas	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov.....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial)	84
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Sarana Komunikasi Stasiun Pandu Berfungsi Dengan Baik	46
Gambar 4.2 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Karyawan PT Bias Delta Pratama Berpenampilan Rapi Dan Bersih	47
Gambar 4.3 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Dalam Melayani Jasa Pemanduan Kapal Peralatan Yang Digunakan Canggih Dan Berteknologi Tinggi.....	47
Gambar 4.4 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Pelayanan Jasa Pemanduan Kapal Sesuai Dengan Standar Pemanduan	48
Gambar 4.5 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Memuaskan Kepada Konsumen.....	49
Gambar 4.6 Grafik Tanggapan Responden Petugas Pandu Selalu Tepat Waktu	49
Gambar 4.7 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Segera Kepada Konsumen	50
Gambar 4.8 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Membantu Memberikan Solusi Kepada Konsumen	51
Gambar 4.9 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Memberikan Pelayanan Dengan Ramah Dan Sabar Dalam Menghadapi Konsumen	51
Gambar 4.10 Karyawan Mampu Berkomunikasi Dengan Baik.....	52
Gambar 4.11 Karyawan Mampu Memberikan Informasi Yang Dibutuhkan Oleh Konsumen.....	53
Gambar 4.12 Komunikasi Antara Kapal Dan Stasiun Pandu Berjalan Dengan Lancar.....	53
Gambar 4.13 Karyawan Melayani Konsumen Dengan Sopan Dan Baik	54
Gambar 4.14 Grafik Tanggapan Responden Karyawan Mampu Memberikan Informasi Yang Dapat Dipercaya.....	55
Gambar 4.15 Grafik Tanggapan Responden Petugas Pandu Familiar Dengan Alur Perairan Wajib Pandu.....	55
Gambar 4.16 Saran Bantu Pemanduan PT Bias Delta Pratama Sudah Cukup Layak Dan Situasi Dengan Peraturan.....	56
Gambar 4.17 Stasiun Pandu PT Bias Delta Pratama Sudah Layak Dan Strategis	57
Gambar 4.18 Warna Motor Pandu Mudah Terlihat Dan Dikenali Dari Jarak Jauh	57
Gambar 4.19 Tata Letak Ruang Yang Ada Pada PT Bias Delta Pratama Mudah Ditemukan	58

Gambar 4.20	Ruang Tunggu Pada PT Bias Delta Pratama Sudah Cukup Luas Dan Mendatangkan Kesan Nyaman	59
Gambar 4.21	Toilet Mudah Ditemukan Dari Ruang Tunggu	59
Gambar 4.22	Peralatan Yang Tersedia Pada PT Bias Delta Pratama Sudah Memadai	60
Gambar 4.23	Sarana Yang Tersedia Pada PT Bias Delta Pratama Sudah Cukup Lengkap	61
Gambar 4.24	Sarana Bantu Pemanduan Sudah Baik	61
Gambar 4.25	Suasana Ruang Tunggu Pada PT Bias Delta Pratama Memberikan Kenyamanan	62
Gambar 4.26	Warna Pada Bangunan PT Bias Delta Pratama Memberikan Kesan Santai	63
Gambar 4.27	Pencahayaan Pada Ruangan Dalam Bangunan Tidak Menimbulkan Kesan Gelap Dan Seram	63
Gambar 4.28	Papan Informasi Antar Ruangan Sudah Cukup Jelas	64
Gambar 4.29	Penempatan Poster Pada Ruang Tunggu Sudah Selesai	65
Gambar 4.30	Tenda Dan Simbol Informasi Yang Ada Mudah Dimengerti	65
Gambar 4.31	Parkiran Pada PT Bias Delta Pratama Sudah Cukup Luas	66
Gambar 4.32	Musholla Pada PT Bias Delta Pratama Sudah Memadai	67
Gambar 4.33	Tersedia Toilet Yang Bersih Dan Nyaman	67
Gambar 4.34	Dalam Melayani Jasa Pemanduan, Kinerja Karyawan Mampu Memberikan Kepuasan Kepada Konsumen	68
Gambar 4.35	Karyawan Memberikan Hasil Kinerja Pada Jasa Pemanduan Yang Sesuai Atau Bahkan Melebihi Ekspektasi Konsumen	69
Gambar 4.36	Karyawan Memberikan Pelayanan Secara Profesional	69
Gambar 4.37	PT Bias Delta Pratama Memberikan Harga Sesuai Dengan Peraturan Pemerintah	70
Gambar 4.38	PT Bias Delta Pratama Memberikan Potongan Harga Kepada Konsumen Tetap Yang Menggunakan Jasa Pemanduan	71
Gambar 4.39	Terdapat Cashback Berupa Uang Kegiatan Kapal Rutin	71
Gambar 4.40	Dengan Senang Hati, Perusahaan Merekomendasikan PT Bias Delta Pratama Kepada Perusahaan Yang Memakai Jasa Pemanduan Ke Konsumen Lain	72
Gambar 4.41	Perusahaan Akan Terus Menggunakan Pelayanan Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama	73
Gambar 4.42	Ekspektasi Yang Diterima Selalu Melebihi Harapan	74
Gambar 4.43	Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot	79

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	31
Rumus 3.2 Rumus Validitas.....	35
Rumus 3.3 Rumus Reliabilitas.....	36
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda.....	39
Rumus 3.5 T hitung.....	40
Rumus 3.6 F hitung.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3 Surat Keterangan Peneliti



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Batam merupakan bagian dari Kepulauan Riau dengan letak yang sangat strategis. Berada di jalur pelayaran Internasional dan berdekatan dengan Singapura dan Malaysia. Batam juga memiliki industri galangan kapal yang terbesar di Indonesia dan menjadi salah satu kawasan perdagangan bebas. Hal ini menjadikan perairan batam banyak dilintasi dan disinggahi kapal-kapal yang keluar masuk kawasan industri galangan kapal dan kawasan pelabuhan bebas Batam. Karena alasan keselamatan, keamanan berlayar, perlindungan lingkungan maritim, maka beberapa wilayah perairan laut di Batam ditetapkan pemerintah sebagai perairan yang wajib pandu. Pandu sendiri merupakan orang atau pelaut yang mempunyai keahlian di bidang nautika yang telah memenuhi persyaratan untuk melaksanakan pemanduan kapal. Sedangkan pemanduan merupakan bantuan yang diberikan oleh pandu kepada Nakhoda kapal berupa saran dan informasi mengenai situasi perairan setempat agar kapal dapat bernavigasi dengan lancar, tertib dan aman demi terwujudnya keselamatan kapal dan lingkungan.

Penyelenggara Pemanduan di Indonesia diatur dalam UU No.17 Tahun 2008 mengenai pelayaran, PP No.5 Tahun 2010 mengenai kenavigasian dan Permen Perhubungan No.57 Tahun 2015 mengenai pemanduan. Dalam Aturan tersebut dikatakan bahwa Otoritas pelabuhan dan Unit penyelenggara pelabuhanlah yang melakukan penyelenggaraan pemanduaan diperairan wajib pandu dan perairan pandu luar biasa. Apabila jasa pemanduan belum disediakan

oleh Otoritas Pelabuhan dan Unit Penyelenggara Pelabuhan, maka dalam pelaksanaannya dapat melimpahkan kepada Badan Usaha Pelabuhan (BUP) atau Tersus (Terminal Khusus) yang sudah memenuhi syarat dan memperoleh izindari Menteri Perhubungan. Ada dua operator penyelenggara pemanduan kapal di pulau Batam, dan salah satunya adalah PT Bias Delta Pratama.

Dengan adanya dua operator penyelenggara pemanduan kapal, para konsumen selaku pengguna jasa bisa memilih dan menentukan menggunakan jasa pemanduaan mana yang akan mereka gunakan. Untuk itu, tentunya kedua perusahaan akan bersaing dan berusaha melakukan yang terbaik dalam memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen didapat sesudah terjadi perbandingan antara hasil dan harapan yang dirasakan sehingga menimbulkan perasaan senang maupun kecewa (Syaifullah & Mira, 2018:87).

Menurut Kusuma, Setiono, & Poli (2015:25) Pelayanan yang berkualitas dan baik akan meningkatkan rasa percaya dan persepsi publik serta menaikkan reputasi perusahaan karena mendapatkan ulasan positif yang membantu memperkuat keputusan pembelian kebenak konsumen. Konsumen merupakan raja, persepsi seperti inilah yang ditanamkan oleh perusahaan jasa. Karena itulah suatu perusahaan jasa akan melakukan dan menerapkan berbagai upaya untuk memberikan pelayanan terbaiknya agar harapan konsumen terpenuhi dan konsumen merasa puas. Pernyataan ini didukung oleh (Hendrison & NE.Husda, 2020:36) menyatakan bahwa kualitas dalam suatu pelayanan adalah suatu upaya atau usaha untuk memenuhi akan kebutuhan konsumen sesuai dengan keinginan

dan harapan konsumen, sehingga dapat membuat konsumen merasa puas setelah harapannya terpenuhi.

Selain Kualitas pelayanan, fasilitas juga sangat penting diperhatikan. Penyediaan fasilitas yang lengkap akan memberikan kenyamanan dan kepuasan yang lebih maksimal bagi konsumen. Menurut (Akbarezky & Santoso, 2019:271) Fasilitas harus tersedia sebelum menawarkan suatu jasa kepada konsumen dan fasilitas yang disediakan hendaknya berupa semua hal yang memudahkan *costumer* dalam mencapai kepuasan.

PT Bias Delta Pratama merupakan bagian dari Bias Mandiri Group yang berkantor pusat di Komplek Sentosa Purnama, JL.Yos Sudarso, Sungai Jodoh, Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau dan merupakansalah satu Badan Usaha Pelabuhan yang mendapatkan izin pemanduan kapal. Berdasarkan observasi, dokumentasi dan juga penulis bekerja pada PT Bias Delta Pratama, pengamatan dilakukan pada bulan maret 2020 terhadap 25 orang yang menggunakan jasa pemanduan kapal, ada beberapa keluhan dalam kualitas pelayanan dan fasilitas seperti yang disampaikan beberapa Nakhoda kapal dan agen pelayaran mengenai keterlambatan petugas pandu, keterlambatan kapal tunda dan sulitnya komunikasi antara kapal dengan stasiun pandu. Keterlambatan yang paling sering terjadi yaitu pada saat kapal mau keluar dari galangan kapal, karena ada beberapa permintaan pelayanan jasa pemanduan di jam yang sama dan berbeda wilayah perairan wajib pandu dan permintaan pelayanan pemanduan yang cukup mendadak serta kendaraan operasional yang mengantar petugas pandu sedang keluar semua.

Akibat keterlambatan ini mempengaruhi kepuasan konsumen dan adanya biaya tambahan yang dikeluarkan konsumen.

Keterlambatan kapal tunda paling sering terjadi diwilayah perairan wajib pandu kelas III Batu Ampar. Hal ini dikarenakan hanya ada tiga kapal tunda yang *standby* wilayah Batu Ampar dan kapal tunda tersebut bukanlah kapal tunda milik PT Bias Delta Pratama, melainkan milik perusahaan rekanan yang juga menjalankan usaha pelayanan jasa pemanduan kapal. Apabila ada kegiatan yang bersamaan maka kita harus menunggu sampai kegiatan mereka selesai dan mempengaruhi efisiensi kerja serta berdampak terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.1 Data Waktu Tempuh dan Durasi waktu Rata-rata Pelayanan

No	Daerah Perairan Wajib Pandu (DPWP)	Waktu Tempuh Dari Stasiun Pandu ke Pelabuhan /Tersus/Galangan Kapal dengan Mobil	Durasi Waktu dalam 1x Pelayanan Kapal
1	DPWP Kelas II Tanjung Uncang	45 Menit	>2 Jam
2	DPWP Kelas III Batu Ampar	45 Menit	30 Menit- 1 Jam
3	DPWP Kelas III Kabil	45 Menit	30 Menit-1 Jam
	Pandu Luar Biasa (Tidak wajib pandu) Atas permintaan Nakhoda	1 Jam	>1 Jam

Sumber: Dari hasil pengamatan selama bekerja pada Pemanduan PT BDP,2020

Pada umumnya satu jam sebelum kapal tiba di suatu perairan wajib pandu, kapal sudah menginformasikan ke stasiun pandu untuk mendapatkan konfirmasi mengenai petugas pandu yang akan naik diatas kapal. Yang sering dikeluhkan para nakhoda kapal adalah mereka melakukan panggilan radio namun tidak ada respon dari stasiun pandu dan baru mendapatkan respon saat jarak kapal sudah

dekat dengan titik koordinat naik turunnya pandu. Seharusnya hal ini tidak perlu terjadi apabila tower radio yang berada di stasiun pandu di tinggikan dan meperkuat daya output serta menerapkan teknologi khusus lainnya untuk menambah jarak jangkauan radio di stasiun pandu.

Tabel 1.2 Data Kondisi Sarana dan Prasarana Pemanduan

No	Nama	Ideal	<i>Eksisting</i>	Kondisi	Keterangan
1	Personil Pandu	10	9		-1
2	Motor Pandu	4	2	90%	-2
3	Handie Talkie	12	9	80%	Tiga Sebagai Spare
4	Alat Pelindung Diri	10	10	90%	Baik
5	Stasiun Pandu	1	1	80%	Baik
6	Mobil operasional	4	2	80%	-2
7	Stasiun Radio Pantai	1	1	80%	Belum maksimal, belum menjangkau seluruh perairan Batam
8	Operator Radio	4	3		-1
9	Kapal Tunda (Rekanan - Tg.Uncang)	7	7	90%	Baik
10	Kapal Tunda (Rekanan - Batu Ampar)	5	3	90%	-2
11	Kapal Tunda (Rekanan - Kabil)	4	3	90%	-1

Sumber: Admin Pemanduan PT BDP, 2020

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa fasilitas yang disediakan sangat minim sekali sehingga jasa pemanduan yang di lakukan menjadi terlambat, komplain dari konsumen menjadi meningkat, terutama kapal tunda dan stasiun radio pantai dan berdampak pada penurunan jumlah permintaan pelayanan kapal.

Tabel 1.3 Data Jumlah Pelayanan Kapal Masuk dan Keluar Januari - April 2020

Bln	Jumlah Pelayanan Kapal Masuk dan Keluar				
	DPWP Tanjung Uncang	DPWP Kabil	DPWP Batu Ampar	Jumlah	Jumlah Kujungan Kapal Wajib Pandu
Jan	258	78	114	450	908
Feb	229	61	84	374	894
Mart	225	53	72	350	856
Aprl	224	48	70	342	650

Sumber: Admin Pemanduan PT BDP, 2020

Dari data tersebut kita dapat melihat adanya penurunan jumlah permintaan pelayanan kapal. Kurangnya kualitas dalam pelayanan dan minimnya fasilitas tentu sangat berpengaruh bagi kepuasan konsumen dan mempengaruhi pendapatan perusahaan di masa yang akan mendatang. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Oetama & Sari, 2017:64) menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada penelitian lainnya yang diteliti oleh (Puspita & Santoso, 2018:78) juga menyatakan kualitas dalam suatu pelayanan dan fasilitas pendukung berdampak positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Penelitian ini juga dikuatkan dengan penelitian (Kusuma, Setiono, & Poli., 2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pemanduan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak Surabaya).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang timbul pada kualitas pelayanan dan ditambahkan lagi minimnya fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan serta adanya persaingan dengan kompetitor lain yang melakukan jasa pemanduan yang sama dan diwilayah yang sama, maka peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan**

Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterlambatan petugas pandu dalam melakukan pelayanan kapal keluar
2. Fasilitas kendaraan operasional pandu masih kurang
3. Fasilitas radio pantai di stasiun pandu jarak jangkauannya kurang jauh
4. Armada kapal tunda masih kurang
5. Adanya konsumen yang tidak puas

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan pada jasa pemanduan kapal dan fasilitas pendukung operasional jasa pemanduan seperti fasilitas kendaraan operasional, fasilitas radio pantai dan fasilitas kapal tunda. Respondennya merupakan konsumen pada bulan April 2020 yang sudah pernah menggunakan jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut.

1. Manfaat Teoritis (Keilmuan)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, serta memperluas pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa pemanduan.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan, saran dan informasi bagi pihak perusahaan agar dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan serta mempermudah pengambilan keputusan yang akan diambil dalam mengukur kebijakan strategi perusahaan di masa yang akan datang.

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk menambah perbendaharaan perpustakaan sehingga mempunyai manfaat bagi mahasiswa lain yang membutuhkan, khususnya mengenai peran kualitas pelayanan dan fasilitas dalam mencapai kepuasan konsumen.



Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

Manajemen pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses analisis, merencana, melaksanakan dan mengawasi program-program dengan tujuan untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui pasar untuk tercapainya tujuan jangka panjang perusahaan. (Assauri, 2017: 12).

Menurut William J. Stanton, 1991, *Marketing is a total system business designed to plan, price, promote and distribute what satisfies product to target market to achieve organisational objective*. Pemasaran merupakan sistem total dari bisnis yang dibuat dalam perencanaan, penentuan kualitas pelayanan, fasilitas dan menyalurkannya yang bisa memenuhi tujuan perusahaan (Sunyoto, 2015: 191).

Tujuan dari pemasaran yaitu menggiring kualitas pelayanan dan fasilitas kepada konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan adanya kegiatan khusus. Adapun jenis kegiatan dan proses yang diperlukan untuk mencapai fungsi-fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi penyediaan fisik, fungsi fasilitas (Sunyoto, 2015:202).

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah titik pusat bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi kepuasan dari konsumen dan kepuasan konsumen akan timbul jika

kualitas pelayanan disampaikan dengan baik (Mulyapradana, Anjarini dan Harnoto, 2020:28). Menurut (Syahsudarmi, 2018:51) kualitas pelayanan yaitu upaya memenuhi harapan konsumen yang membandingkan antara hasil yang diterimanya dengan harapan. Kualitas pelayanan adalah nilai ukur seberapa bagus pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan (Aswad et al., 2018:79).

Kualitas pelayanan adalah seluruh ciri dan karakteristik dari sebuah jasa dalam hal kemampuan pemenuhan semua kebutuhan yang sudah ditentukan (Rahman, 2019:303). Kualitas layanan memainkan peran penting dalam suatu perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga menghasilkan loyalitas. Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi kepada perusahaan akan memiliki dampak positif langsung pada kemajuan perusahaan dalam jangka pendek dan panjang (Haryoko, Septiani, & Risnalinda, 2020:41).

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan dari beberapa ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa bagus suatu pelayanan yang diberikan dengan berbagai cara oleh perusahaan maupun organisasi yang tujuannya untuk menyesuaikan atau bahkan melebihi espektasi pelanggan.

2.1.1.2 Karakteristik Pelayanan

Menurut (Maulidha, 2019:128) karakteristik Pelayanan adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility* yaitu jasa tidaklah terlihat, terasa, teraba, terdengar maupun dapat dicium, sebelum jasa itu dibeli. Poin pentingnya adalah nilai tidak berwujud yang dirasakan konsumen pada bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
2. *Heterogeneity* adalah jasa bersifat beragam karena banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimanajasa itu diproduksi.
3. *Inseparability* yaitu tidak dapat dipisahkan
4. *Perishability* (tidak awet) jasa merupakan komoditas yang tidak awet, tidak bisa disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu akan datang, di jual kembali, atau dikembalikan.

2.1.1.3 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Perusahaan hendaknya bisa paham dan dapat mengantisipasi faktor yang dapat menyebabkan buruknya kualitas dalam suatu pelayanan (Tjiptono, 2017:160) yaitu:

1. Simultannya Produksi dan konsumsi
2. Tingginya Intensitas tenaga kerja
3. Kurang memadainya Dukungan terhadap pelanggan internal
4. Adanya Gap dalam komunikasi
5. Perlakuan yang sama terhadap semua pelanggan
6. Berlebihannya Perluasan dan pengembangan yang dilakukan
7. Visi bisnis atau orientasi pencapaian jangka pendek

2.1.1.4 Strategi Mewujudkan Kualitas Pelayanan

Tidaklah gampang dalam mewujudkan layanan yang maksimal. Menurut (Tjiptono, 2017: 164) ada beberapa faktor yang perlu mendapatkan perhatian dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas:

1. Identifikasi determinan kualitas layanan

Usaha ini memerlukan proses identifikasi faktor penentu utama dalam kualitas layanan dilihat dari *perspektif* pelanggan.

2. Ekspektasi pelanggan perlu di kelola

Tidaklah banyak perusahaan yang mengupayakan semua metode untuk menarik sebanyak mungkin konsumen dengan mendramatisasi pesan komunikasinya.

3. *Memmanage* bukti kualitas Pelayanan

Mengelola bukti kualitas layanan mempunyai tujuan untuk memperkuat pandangan pelanggan selama dan sesudah layanan di berikan.

4. *Mengedukasi* konsumen tentang pelayanan

Membantu *mengedukasi* pelanggan dalam memahami suatu layanan adalah usaha positif dalam mewujudkan proses penyampaian dan pengonsumsi layanan secara maksimal dan efisien.

5. Budaya kualitas perlu ditumbuhkan dan dikembangkan

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus

6. *Automating quality* perlu diciptakan

Otomatisasi mempunyai potensi mengatasi masalah variabilitas kualitas layanan yang diakibatkan karena minimnya sumber daya manusia dalam organisasi.

7. Menindaklanjuti layanan

Aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan disempurnakan atau diperbaiki dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik.

8. Melakukan Pengembangan sistem informasi kualitas layanan

Servicequality information system adalah sistem yang mengintegrasikan berbagai macam ancangan riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas layanan untuk mendukung pengambilan keputusan.

2.1.1.5 Indikator – Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Setyawati, Rifa'i, & Sasmito, 2018:55) Indikator kualitas pelayanan meliputi:

1. *Tangibles*, mencakup fisik, perlengkapan, karyawan, dan peralatan komunikasi
2. *Reability*, merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan secepatnya, tepat sasaran dan memuaskan.
3. *Responsiveness*, yaitu bantuan karyawan secara inisiatif kepada konsumen dan memberikan pelayanan terbaiknya.
4. *Emphaty*, meliputi hubungan yang memudahkan, terjadinya komunikasi yang baik, adanya perhatian dan pemenuhan kebutuhan konsumen.

5. *Assurance*, yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, adab kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dari bahaya, dan resiko.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Menurut (Munawir, 2018:208) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang sebelumnya harus tersedia sebelum suatu jasa dapat di promosikan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan. (Setyawati et al., 2018:53) mengartikan kata fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan konsumen yang disediakan/disiapkan oleh penjual jasa/instansi yaitu berupa peralatan fisik.

Fasilitas menurut (Syahsudarmi, 2018:49) adalah bagian *physical evidence* dari suatu jasa. Bukti fisik atau *physical evidance* jasa meliputi semua aspek dari fasilitas fisik perusahaagn (meliputi: lingkungan yang diwujudkan,dibuat manusia,lingkungan *physical evidence*).

Menurut NM.iskandarsyah & Utami(2017:132) fasilitas merupakan alat untuk memuluskan dan mempermudah dari pelaksanaan fungsi. Menurut (Herawati, 2019:16) Fasilitas adalah sarana yang disediakan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatannya agar kebutuhannya tersebut dapat terpenuhi seperti internet banking. Fasilitas adalah alat dan perlengkapan yang penting dalam upaya menaikkan kepuasan seperti menyajikan kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan memberikan rasa nyaman kepada konsumen (Oetama & Sari, 2017:60).

Berdasarkan beberapa pengertian penelitian dari beberapa orang ahli tersebut diatas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasana yang menciptakan lingkungan kerja yang baik, seperti sirkulasi udara, penerangan yang cukup, kebisingan yang minimal dan tidak mengganggu pendengaran dan factor lingkungan kerja lainnya yang dapat mewujudkan suasana kerja dan pelayanan yang menyenangkan serta berdampak pada peningkatan moral kerja karyawan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2.1.2.2 Tujuan Fasilitas

Tujuan fasilitas menurut (Purnomo, 2010:58):

1. Mendukung visi perusahaan melalui penanganan, perbaikan serta pengawasan.
2. Memanfaatkan ruang, peralatan, raung dan energy sefektif mungkin.
3. Meminimalkan modal yang di keluarkan untuk investasi peralatan kembali.
4. Memberikan kemudahan dalam pelayanan.
5. Memberikan kenyamanan bagi pekerja maupun pelanggan.

2.1.2.3 Manfaat Fasilitas

Menurut (Purnomo, 2010:65) manfaat Fasilitas sebagai berikut :

1. Mengurangi Investasi Peralatan kembali.
2. Penggunaan ruang lebih efektif.
3. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi karyawan dan pelanggan.
4. Meningkatkan efektivitas.
5. Memaksimalkan pelayanan.

2.1.2.4 Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut (Munawir, 2018:208) indikator dari fasilitas meliputi:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial. Menimbang tekstur, proporsi, warna dan mengkombinasikannya untuk menarik respon intelektual maupun emosional dari konsumen.
2. Perencanaan ruang. Meliputi mendesain arsitektur dan interior dalam ruangan, seperti menempatkan perlengkapan perabotan dalam ruangan, perencanaan sirkulasi udara dan sebagainya.
3. Perlengkapan/perabotan. Perlengkapan ini memiliki fungsi sebagai peralatan yang dapat memberikan rasa nyaman, sebagai hiasan atau sebagai infrastruktur pendukung.
4. Tata cahaya dan warna. Pencahayaan dan warna bisa dimanfaatkan untuk menaikkan efisiensi, memberikan kesan santai dan menenangkan, serta mengurangi tingkat kecelakaan.
5. Pesan yang di sampaikan secara grafis. Penampilan visual, penempatan, pemelihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemelihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu adalah aspek penting dan saling terkait.
6. Unsur pendukung. Eksistensi fasilitas utama tidaklah lengkap tanpa tersedianya fasilitas pendukung, seperti: toilet, parkir, kantin, wifi gratis.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut (Sholeha, 2018:17) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan senang seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakannya terhadap apa yang diharapkannya. Sedangkan menurut (Syahsudarmi, 2018:52) kepuasan konsumen terutama dipusatkan pada keadaan kognitif seseorang, dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kondisi-kondisi suasana hati pada saat konsumen mengkonsumsi, untuk itu ditemukan bahwa tingkat kesenangan (perasaan hati) akan meningkatkan kepuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan luapan rasa senang maupun kecewa yang timbul dari membandingkan kesan yang ia terima terhadap kinerja yang diharapkannya (Aswad et al., 2018:79). Terbentuknya perasaan puas dari konsumen dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, sehingga menjadi alasan yang baik bagi konsumen untuk melakukan pembelian berulang serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Oetama & Sari, 2017:61). Kepuasan adalah bentuk penilaian mengenai ciri khas suatu jasa yang menyajikan tingkat kepuasan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhannya (NM.iskandarsyah & Utami, 2017:131).

Berdasarkan pengertian kepuasan pelanggan yang diutarakan para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat tingginya kepuasan pelanggan terhadap sesuatu yang telah di korbakan pelanggan dengan apa yang dia dapatkan.

2.1.3.2 Kriteria Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut (Munawir, 2018:210) kepuasan konsumen dapat diukur melalui:

1. *Costumer oriented* untuk memberikan kans dan jalan yang nyaman bagi konsumennya agar dapat memberikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan. Seperti peletakkan kotak saran ditempat yang mudah terlihat dan mudah dijangkau, saluran telepon pengaduan bebas pulsa, dan website yang mudah dingat.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*
Merekrut beberapa orang ghost potensial produk perusahaan *rivalnya*.
3. *Lost costumer analysis*
Perusahaan menganalisa penyebab konsumennya baralih ke jasa sejenis lainnya supaya bisa memahami apa penyebabnya dan bisa menyimpulkan mengenai kebijakan perubahan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei Kepuasan Konsumen
Melakukan survei, baik survei melalui e-mail, telepon, pos, website, atau wawancara langsung.

2.1.3.3 Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen (Aswad et al., 2018:80) yaitu:

1. Kinerja
Apabila kinerja sesuai dengan apa yang diharapkannya, konsumen akan merasa puas, begitupun sebaliknya.
2. Harga

Apabila upaya peningkatan kepuasan konsumen dengan melakukan penurunan harga, bisa jadi laba akan menurun. Perusahaan bisa saja meningkatkan keuntungannya dengan cara lain seperti meningkatkan pelayanannya tanpa perlu menurunkan harga.

3. Ekspektasi

Ekspektasi didapat dari pengalaman pembelian sebelumnya, masukkan saran dari teman atau kolega bisnis, serta promosi dari perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu, sangat penting digunakan sebagai acuan dalam rangka menyusun karya ilmiah ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

N0	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Sholeha, 2018) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi	Analisis regresi linear sederhana	Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi
2	(Rahman, 2019) Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado	Analisis regresi linier berganda	kualitas pelayanan dan inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado
3	(NM.iskandarsyah & Utami, 2017) Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada perumahan murah di	Analisis regresi linear berganda.	variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif namun tidak berpengaruh

NO	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
	hadrah property		secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.
4	(Maulidha, 2019) Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dirumah makan ayam goreng nelongso jember	analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
5	(Setyawati et al., 2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien	analisis regresi linier berganda	Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pasien
6	(Aswad et al., 2018) Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air batam center	teknik analisis regresi linear berganda	harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)
7	(Cholida, 2017) Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal rajekwesi bojonegoro	teknik analisis regresi linear berganda	Secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.

Sumber : (Sholeha, 2018), (Rahman, 2019), (NM.iskandarsyah & Utami, 2017),(Maulidha, 2019), (Setyawati et al., 2018), (Aswad et al., 2018), (Cholida, 2017)

2.3. Hubungan Antar Variabel

Hubungan variabel yang diteliti terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebabakibat (kausal) selanjutnya di cari besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiono, 2018:87).Hubungan variabel adalah bagai mana hubungan variable besar dengan variable terikat, dilihat dari hasil penelitian para peneliti terdahulu.

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh (Sholeha, 2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. Hasil penelitian ini menunjukkan Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga Penelitian dari oleh Hendrison & NE.Husda, (2020), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Asuransi Reliance Indonesia, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Reliance Indonesia. Dan yang terakhir Penelitian yang dilakukan oleh (Munawir, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegal Banyuwangi.

2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setyawati, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi berpengaruh terhadap kepuasan Pasien. Begitu

juga penelitian yang dilakukan oleh Maryati & NE.Husda (2020) dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam, hasil Penelitian menunjukkan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di Kotam Batam. Dan yang terakhir Penelitian yang dilakukan oleh Munawir, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Foto Copy Awy Comp di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, hasil Penelitian menunjukkan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Foto Copy Awy di Pondok pesantren Darussalam Tegalsari Banyuwangi.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

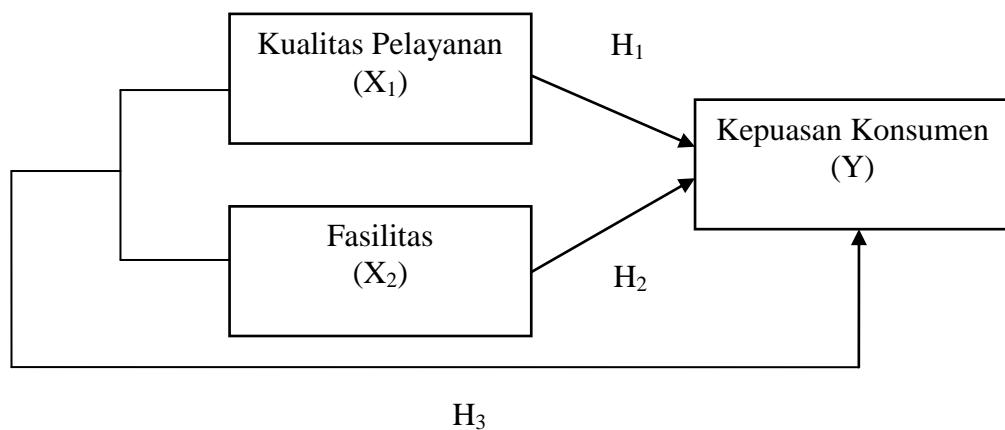
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Cholida,2017) dengan judul Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal rajekwesi bojonegoro. Hasil penelitian menunjukkan Secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Maryati &NE.Husda (2020) hasil penelitan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. Kemudian Penelitian dari (Syahsudarmi, 2018) dengan judul penelitian Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekan Baru, hasil Penelitian menunjukkan bahwa, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah di paparkan dan landasan teori yang telah dikemukakan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2020

2.5. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

H2 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

H3 : Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015:21). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat hubungan kausal. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mempunyai tujuan untuk mencari tahu hubungan dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal merupakan hubungan yang mempunyai sifat sebab akibat (Sugiyono, 2015:25). Metode ini dikatakan metode kuantitatif karena data dari penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Penelitian ini memakai metode analisis regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Latar belakang penelitian dan perumusan masalah
2. Studi pustaka
3. Metode Penelitian
4. Pembagian Kuisisioner
5. Penyerahan Kuisisioner
6. Pengolahan data
7. Analisis data

8. Kesimpulan

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan sebuah batasan pengertian yang diberikan kepada suatu variabel yang menspesifikasikan suatu kegiatan penelitian yang dijadikan sebagai pedoman untuk mengukur variabel tersebut (Kartikasari & Djastuti, 2017: 5).

3.2.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015:39) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering dikatakan sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, variabel *independen* yang dimaksud adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2).

3.2.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2015:39) variabel *dependen* dikatakan sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, variabel efek, variabel terpengaruh, variabel terikat, variabel tergantung dan variabel endogen. Variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut variabel terikat karena dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel *dependen* yang dimaksud adalah kepuasan konsumen (Y).

Secara keseluruhan variabel, pengertian variabel, indikator variabel dan skala pengukuran data akan dilampirkan pada tabel 3.1:

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah merupakan salah satu faktor kunci untuk sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan yang dijalankan	1) <i>Reability</i> 2) <i>Responsiveness</i> 3) <i>Emphaty</i> 4) <i>Assurance</i> 5) <i>Tangibles</i>	<i>Likert</i>
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan.	1. Pertimbangan/perencanaan spasial 2. Perencanaan ruang 3. Perlengkapan/perabotan 4. Tata cahaya dan warna 5. Pesan-yang di sampaikan secara grafis 6. Unsur pendukung	<i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya.	Kinerja Harga Ekspektasi	<i>Likert</i>

Sumber : Peneliti, 2020

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini berdasarkan data yang diberikan pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama adalah jumlah konsumen pada bulan april 2020 sebanyak 342 Konsumen, dan yang pernah menggunakan jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama, yaitu sebanyak 241 konsumen.

3.3.2 Sampel

Pada penelitian ini, karena jumlah populasi konsumen pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama 342 konsumen. Dengan teknik *sampling accidental* yang

teknik pengambilan sampelnya berdasarkan jasa pemanduan yang dapat digunakan sebagai sampel, orang tersebut harus memenuhi syarat menjadi sumber data. Syarat sampel minimal sudah pernah memakai jasa pemanduan pada jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama, dan yang sudah beberapa kali menggunakan jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama sebanyak 241 Konsumen dan karena adanya pandemi covid 19 yang sedang mewabah saat ini, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5%.

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

Rumus 3.1 Slovin

Sumber : (Sanusi, 2012 :81)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Toleransi ketidaktelitian (dalam%)

$$n = \frac{241}{1 + 241 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{241}{1 + 241 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{241}{1 + 241 (0.0025)}$$

$$n = \frac{241}{1 + 0.6025}$$

$$n = \frac{241}{1.6025} = 150,390016$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden dengan membulatkan jumlah nilai hitung dari rumus slovin yang mewakili populasi.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling penting dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya dan dapat memberikannya secara langsung kepada responden atau mengirimnya via pos atau internet (Sugiyono, 2015:142).

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari semua sumber, baik secara kelembagaan maupun secara *privat*. Seperti : Peraturan-peraturan, dan lain-lain (Sanusi, 2012).

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpul data pada penelitian ini adalah memakai kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari para responden. Peneliti akan membagikan kuesioner kepada konsumen jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang dipakai adalah skala *likert*. Menurut (Sujarweni,2014:91) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor:

1. SS = sangat setuju diberi skor 5
2. ST = setuju diberi skor 4
3. RG = ragu-ragu diberi skor 3
4. TS = tidak setuju diberi skor 2
5. STS = sangat tidak setuju diberi skor 1

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan(Sugiyono, 2015:149). Kegiatan dari menganalisa data merupakan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diusulkan. Dalam penelitian kuantitatif,teknik analisis data menggunakan statistik. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sanusi, 2012:13) statistik deskriptif merupakan statistik yang dipakai dalam menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi serta perhitungan persentase.

Analisis ini berdasarkan bantuan komputer dan paket aplikasi / program statistik yaitu program SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 21. Dengan program tersebut, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk mendapatkan gambaran hubungan pengaruh atau peranan antar variabel-variabel independen dan dependen didalam penelitian ini.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Menurut (Sanusi, 2012:76) validitas merupakan suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dapat disimpulkan suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu digunakan sebagai alat ukur yang mampu mengukur dengan tepat sesuai dengan kondisi responden yang sesungguhnya.

Menurut (Wibowo, 2012:35) rumus untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *pearson product moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.2 Rumus Validitas

Sumber : (Wibowo, 2012: 37)

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi
 $\sum X$: Jumlah skor pertanyaan
 $\sum Y$: Jumlah skor total
n : Jumlah responden

Kriteria pengujian :

Apabila r hitung > r tabel, maka item pertanyaan adalah valid

Apabila r hitung < r tabel, maka item pertanyaan adalah tidak valid

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung \geq r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sanusi, 2012:80) reliabilitas merupakan alat pengukur yang memperlihatkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu

digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan.

Menurut (Wibowo, 2012:52) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Rumus 3.3 Rumus Reliabilitas

Sumber : (Wibowo, 2012:52)

Keterangan:

r = koefisien *reliability instrument* (*cronbach's alfa*).

k = banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$ = total varian butir.

V_1^2 = total varian.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Wibowo, 2012:62) uji normalitas dipakai untuk melakukan pengujian apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Uji kolmogorov smirnov merupakan pengujian normalitas yang sering dipakai. Dasar dari konsep uji normalitas adalah data yang telah di

transformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal. Penerapannya adalah bahwa:

1. Apabila signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji memiliki perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data itu tidak normal.
2. Apabila signifikansi di atas 0,05 maka berarti tidak ada perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, berarti data yang kita uji normal.

Uji normalitas juga bisa menggunakan grafik histogram dan grafik *probability plot*. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah jika titik – titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut (Sumanto, 2014:165). Apabila terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Menurut (Wibowo, 2012:93) untuk mendeteksi terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflating factor* (VIF) dari hasil

analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Wibowo, 2012:93) suatu model dikatakan mempunyai masalah heteroskedastisitas itu berarti terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila *variance* 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.

Menurut (Wibowo, 2012:96) gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode glejser dengan cara menyusun regresi antara lain absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual $\alpha = 0,05$ maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya adalah perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2012:134). Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Sumber : (Sanusi, 2012:135)

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1 & X2= variabel independen

a = konstanta

b1 & b2 = koefisien regresi

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering dikatakan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya tidak sama dalam fungsi kecuali regresi linear sederhana (Wibowo, 2012: 136). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X; $i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear di antara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif.

Sementara itu, R merupakan koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang

menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah cabang dari ilmu statistika inferensial yang dipakai untuk melakukan uji kebenaran suatu pernyataan statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak kebenaran tersebut (Arifin, 2017: 17). Pernyataan hipotesis terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (dalam beberapa literatur dituliskan H_1 atau H_a).

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua metode untuk menguji hipotesis yaitu uji T dan uji F.

3.5.5.1 Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Sanusi, 2012). Rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

Rumus 3.5 T hitung

Sumber : (Sanusi, 2012)

Keterangan: R = Koefisien korelasi

R^2 = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel

Menurut (Sanusi, 2012) ketentuan uji T bila:

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga didapat kesimpulan bahwa variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen.
2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga didapat kesimpulan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen.

3.5.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F dipergunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Sanusi, 2012). Rumus untuk mencari F_{hitung} sebagai berikut:

$$F = \frac{(r_{y12})^2}{1 - (r_{y12})^2} \left[\frac{n - k - 1}{k} \right]$$

Rumus 3.6 F_{hitung}

Sumber: (Sanusi, 2012)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Derteminasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

Menurut (Sanusi, 2012) kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah daerah perairan wajib pandu yang dilayani oleh jasa pemanduan PT Bias Delta Pratama.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini dilakukan lebih kurang selama lima bulan mulai dari Maret 2020 sampai bulan Juli 2020 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini. Jadwal penelitian dapat dilihat menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun 2020													
	Mar	April				Mei	Juni			Juli				
	28	4	11	18	25	2	9	6	13	27	4	11	18	24
Latar Belakang Penelitian														
Perumusan masalah Penelitian														
Studi Pustaka														
Metodelogi Penelitian														
Pembagian Kuisisioner														
Penyerahan Kuisisioner														
Pengolahan Data														
Analisa Data														

Sumber: Peneliti, 2020



Universitas Putera Batam