

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PELABUHAN BATU AMPAR DI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Nelsi Dalame
150910385**

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

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PELABUHAN BATU AMPAR DI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Nelsi Dalame
150910385**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nelsi Dalame

NPM : 150910385

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PELABUHAN BATU AMPAR DI BATAM , adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

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 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, 15 Juli 2020


Nelsi Dalame
150910385

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PELABUHAN BATU AMPAR DI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Nelsi Dalame
150910385**

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

Batam,30 Juli 2020

**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan teknologi dan pengetahuan sudah semakin maju. Karena itu banyaknya mendorong perkembangan perusahaan semakin cepat dan semakin kompetitifnya persaingan pasar. Penelitian ini dilakukan di Pelabuhan Batu Ampar di Batam yang lokasinya terletak di Jalan Lumba-lumba No. 5 Kelurahan Sei Jodoh, Kecamatan Batu Ampar Kota Batam, Kepulauan Riau. Pelabuhan ini dikelola oleh Badan Pengusahaan (BP) Kota Batam untuk menentukan fasilitas dan kualitas layanan untuk kepuasan penumpang. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang berkunjung ke Pelabuhan Batu Ampar menggunakan kapal Kelud pada tahun 2019 terutama dalam 6 bulan terakhir yaitu Januari, Februari, Maret, April, Mei dan Juni sebanyak 351.809 penumpang. Sampel yang diambil adalah 385 orang yang diambil menggunakan teknik non probability sampling dengan metode random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder melalui kuesioner menggunakan skala interval (skala likert) untuk mengukur 15 pernyataan indikator. Analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan diolah menggunakan SPSS 22. Hasil uji F simultan berpengaruh signifikan bahwa fasilitas dan kualitas layana secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pelabuhan Batu Ampar di Batam. Dan hasil uji T parsial, diketahui bahwa dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang di Pelabuhan Batu Ampar di Batam, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pelabuhan Batu Ampar di Batam.

Kata Kunci :Fasilitas, Kualitas Layanan, Kepuasan Penumpang.

ABSTRACT

At this time the development of technology and knowledge has increasingly advanced. Because of that many encourage the development of companies more quickly and increasingly competitive market competition. This research was conducted at Pelabuhan Batu Ampar in Batam at Jalan Lumba-lumba No. 5 Kelurahan Sei Jodoh, Kecamatan Batu Ampar Kota Batam, Kepulauan Riau. This port is managed by the Batam City Business Entity (BP) to determine the facilities and quality of services for customer satisfaction. The population in this study were all passengers visiting the Batu Ampar Port using the MV. Kelud in 2019 especially in the last 6 months namely January, February, March, April, May and June as many as 351,809 passengers. Samples taken were 385 people taken using non-probability sampling techniques with random sampling methods. Data collection is done by using primary and secondary data through a questionnaire using an interval scale (Likert scale) to measure 15 indicator statements. The analysis used is multiple linear regression test and processed using SPSS 22. The simultaneous F test results have a significant effect that the facilities and quality of service simultaneously has a significant effect on customer satisfaction at Batu Ampar Port. And the partial T test results, it is known that has facilities a significant effect on customer satisfaction at Batu Ampar Port and service quality have a significant effect on passenger satisfaction at Batu Ampar Por in Batam.

Keywords : *Facilities, Service Quality, Cuatomer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

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 tidak akan 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.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H.,M.H.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staf Akademik Universitas Putera Batam.
6. Bapak Novri, selaku Kepala Satuan Kerja Pelabuhan Batu Ampar
7. Kepada suami, anak, orang tua dan saudara-saudara yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya dan semua tim Manajemen Bisnis angkatan tahun 2015.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, Aamiin.

Batam, 15 Juli 2020



Nelsi Dalame



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Teoritis.....	12
2.1.1 Fasilitas	12
2.1.1.1 Pengertian Fasilitas	12
2.1.1.2 Desain Fasilitas	13
2.1.1.3 Indikator Fasilitas.....	14
2.1.1 Kualitas Layanan	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	16
2.1.2.2 Ciri-ciri Kualitas Layanan.....	17
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.1.2 Kepuasan Konsumen	21
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan.....	21
2.1.3.2 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	23

2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Operasional Penelitian	30
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent variable</i>)	30
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent variable</i>)	32
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1	Jenis Data	35
3.4.2	Sumber Data	36
3.5	Metode Analisis Data	38
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Uji Kualitas Data	40
3.5.2.1	Uji Validitas	40
3.5.2.2	Uji Reabilitas	41
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik	42
3.5.2.4	Uji Normalitas	43
3.5.2.5	Uji Multikolinieritas	44
3.5.2.6	Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.4	Uji Pengaruh	46
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.5	Uji Hipotesis	48
3.5.5.1	Uji t	48
3.5.5.2	Uji F	48
3.6	Lokasi Dan Jadwal Data	49
3.6.1	Lokasi Penelitian	49
3.6.2	Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian	51

4.1.1	Karakteristik Responden	51
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan (Per Bulan)..	53
4.1.2	Analisis Deskriptif	54
4.1.2.1	Deskripsi Variabel Fasilitas (X1).....	54
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X2).....	57
4.1.2.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	60
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	63
4.1.3.1	Uji Validitas	63
4.1.3.2	Uji Reabilitas	64
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	66
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas.....	68
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.1.5	Uji Pengaruh	70
4.1.5.1	Uji Regresi Linear Berganda	70
4.1.5.2	Uji Koefisien Determinasi	71
4.1.6	Uji Hipotesis	72
4.1.6.1	Uji T	72
4.1.6.2	Uji F (Uji Simultan).....	73
4.2	Pembahasan	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		
LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup		
LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Izin Penelitian Universitas Putera Batam		
LAMPIRAN 3 : Kuesioner		
LAMPIRAN 4 : Hasil Uji SPSS 22		
LAMPIRAN 5 : Tabel R		
LAMPIRAN 6 : Tabel F		
LAMPIRAN 7 : Tabel T		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Bell Shaped Curve.....	44
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan	53
Gambar 4.4 Grafik Histogram.....	67
Gambar 4.5 Grafik Normal P-P Plot.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Realisasi Jumlah Penumpang Pada Tahun 2019	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Tabel Penelitian	33
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Tabel Rentang Skala	40
Tabel 3.4 Menggambarkan range validitas	41
Tabel 3.5 Indeks Kosfisien Reliabilitas	42
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	50
Tabel 4.1 Kriteria Analisis Deskripsi	54
Tabel 4.2 Persentase Responden Pada Variabel Fasilitas X1.1	54
Tabel 4.3 Persentase Responden Pada Variabel Fasilitas X1.2	55
Tabel 4.4 Persentase Responden Pada Variabel Fasilitas X1.3	55
Tabel 4.5 Persentase Responden Pada Variabel Fasilitas X1.4	56
Tabel 4.6 Persentase Responden Pada Variabel Fasilitas X1.5	56
Tabel 4.7 Persentase Responden Pada Variabel Kualitas Layanan X2.1	57
Tabel 4.8 Persentase Responden Pada Variabel Kualitas Layanan X2.2	58
Tabel 4.9 Persentase Responden Pada Variabel Kualitas Layanan X2.3	58
Tabel 4.10 Persentase Responden Pada Variabel Kualitas Layanan X2.4	59
Tabel 4.11 Persentase Responden Pada Variabel Kualitas Layanan X2.5	59
Tabel 4.12 Persentase Responden Pada Variabel Kepuasan konsumen Y.1	60
Tabel 4.13 Persentase Responden Pada Variabel Kepuasan konsumen Y.2	61
Tabel 4.14 Persentase Responden Pada Variabel Kepuasan konsumen Y.3	61
Tabel 4.15 Persentase Responden Pada Variabel Kepuasan konsumen Y.4	62
Tabel 4.16 Persentase Responden Pada Variabel Kepuasan konsumen Y.5	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Reabilitas Fasilitas	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Layanan	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.24 Hasil Persamaan Regresi	70
Tabel 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.26 Hasil Uji T	72
Tabel 4.27 Hasil Uji F (Uji Simultan)	73

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Cochran.....	34
Rumus 3.2 Rentang Skala	39
Rumus 3.3 Conbrach Alpha	41
Rumus 3.4 Chi Kuadrat.....	43
Rumus 3.5 Analisis Regresi linear	46
Rumus 3.6 Determinasi (R ²)	47



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat mengalami peningkatan yang sangat pesat baik yang bergerak di bidang manufakturing maupun jasa. Untuk bisa meraih keberhasilan atau keutamaan dalam persaingan maka setiap perusahaan harus mampu melaksanakan segala kebutuhan dan kepuasan konsumennya dengan berbagai cara dan rencana sesuai dengan jasa atau produk yang ditawarkan.

Dewasa ini seiring dengan berkembangnya bidang teknologi dan perubahan pola kehidupan manusia yang semakin cepat merubah pola kehidupan manusia untuk memenuhi segala kebutuhan yang kompleks. Pada dasarnya kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada barang tetapi juga pada kebutuhan jasa. Saat ini banyak perusahaan di bidang jasa yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya.

Pelayanan jasa harus dapat memuaskan segala kebutuhan dan keinginan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidak terlepas dari produsen atau penyedia jasa dan konsumen itu sendiri. Jasa yang diberikan akan bermanfaat jika jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan memenuhi atau memberikan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen maka tujuan perusahaan dapat tercapai.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang di terima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mengurangi biaya kegagalan pemasaran dan meningkatkan reputasi bisnis. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya (Kasmir, 2017:236). Kepuasan pelanggandapat ditinjau dari sisi mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan tersebut dengan apa yang telah di berikan dan yang di harapkan oleh pelanggan atau konsumen tersebut, sedangkan ketidakpuasan pelanggan atau konsumen timbul apabila hasil tidak sesuai dengan yang di harapkan.

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan fungsi dan memberikan kemudahan bagi para konsumen. Sesuatu yang dapat memudahkan atau melancarkan suatu usaha dapat berupa benda-benda atau materil. Apabila suatu perusahaan memberikan fasilitas yang semakin lengkap, para konsumen akan semakin puas dan akhirnya akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Pada perusahaan jasa fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa dapat berupa alat-alat yang dapat menunjang dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para konsumennya, sedangkan pada perusahaan manufaktur fasilitas dapat diberikan dalam berupa benda-benda atau uang agar para pegawai atau karyawan dapat bekerja dengan baik dan nyaman.

Fasilitas adalah bagian dari sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran

yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa (Mongkaren, 2013 : 494). Fasilitas terkadang dipengaruhi oleh tingkat harga, artinya semakin baik atau semakin lengkap fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa maka terkadang akan diimbangi dengan harga yang tinggi. Fasilitas yang memadai dan lengkap merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihannya atau dalam mengambil keputusan terhadap pengguna jasa tersebut. Fasilitas dapat diukur melalui manfaat atau dari apa telah disediakan oleh perusahaan atau alternatif yang dirasakan, apabila fasilitas yang disediakan oleh pihak penyedia jasa telah memadai dan bisa memenuhi keinginan pengguna jasa maka akan berdampak baik pula bagi perkembangan dan keberhasilan suatu perusahaan (Harfika & Abdullah, 2017:44).

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa atau konsumen, bila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan maka para konsumen akan merasa puas (Emmywati, 2016:187).

Kualitas pelayanan jasa pada bidang transportasi sangat memerlukan perhatian yang khusus dari pemerintah, karena pada dasarnya secara garis besar para masyarakat menggunakan transportasi dalam menunjang segala keperluan mereka, baik dalam pekerjaan, perjalanan wisata atau yang lainnya. Kualitas merupakan aspek terpenting dalam suatu perusahaan. Dewasa ini para pelanggan tidak mudah tertarik dengan berbagai iklan yang di pasang baik di media cetak atau media sosial, para pelanggan lebih percaya dengan testimoni seseorang

terhadap kualitas suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik suatu produk atau jasa yang mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Suatu barang atau jasa dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Kebutuhan para pelanggan yang berkembang dari hari kehari menuntut produsen atau pemberi jasa harus selalu melakukan berbagai perbaikan secara terus menerus.

Kualitas pelayanan yang terdapat pada pelayan transportasi publik dapat ditingkatkan dengan berbagai cara, salah satunya adalah para karyawan melayani dengan baik dan sopan, melayani para pelanggan dengan ramah dan terbuka untuk mendengarkan keluhan dari para pelanggan, memberika fasilitas yang memadai yaitu ruangan tunggu yang sejuk, tersedianya kursi-kursi yang cukup di ruangan tunggu, jaringan internet yang dapat dimanfaatkan para pelanggan, dan lain-lain. Dengan adanya kualitas pelayan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan.

Pada saat ini terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa penggunaan sarana transportasi laut semakin meningkat. Pelabuhan Batu Ampar yang lokasinya terletak di Jalan Lumba-lumba No. 5 Kelurahan Sei Jodoh, Kecamatan Batu Ampar Kota Batam, Kepulauan Riau, merupakan salah satu pelabuhan umum dan pelabuhan kargo yang ada di Batam. Pelabuhan ini merupakan pelabuhan yang sangat ramai dan sangat padat dengan aktivitas bongkar muat kargo. Mengingat lokasinya yang sangat strategis karena dekat dengan kawasan industri dan kantor Bea Cukai Tipe B Batam yang dapat mempermudah para perusahaan untuk pengurusan dokumen kedatangan kargo mereka.

Pelabuhan Batu Ampar selain untuk pelabuhan kargo, pelabuhan tersebut juga digunakan juga untuk pelabuhan penumpang yang melayani rute Batu Ampar ke Tanjung Balai Karimun lanjut ke Medan, Batu Ampar ke Tanjung Priok, Batu Ampar ke Belawan (Medan), Batu Ampar ke Kijang dan demikian juga untuk kedatangan dan ke berbagai tempat lainnya. Sebelumnya pelabuhan penumpang untuk kapal Kelud berada di Pelabuhan Sekupang, akan tetapi sejak tanggal 21 Juni 2016 di pindahkan ke Pelabuhan Batu Ampar di Batam karena pelabuhan Sekupang sudah tidak layak lagi digunakan melayani pengangkutan penumpang.

Pihak pengelola atau yang bertanggung jawab tidak hanya menyediakan fasilitas kapal sebagai armada utama tetapi juga dituntut untuk dapat memperhatikan atau memberikan fasilitas dan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para penumpang untuk memenuhi harapan dan kepuasan para pelanggan atau penumpang atas jasa yang diberikan.

Pada Pelabuhan Penumpang Batu Ampar fasilitas-fasilitas yang tersedia masih sangat minim seperti lahan parkir yang kurang memadai sehingga para pengantar dan penjemput penumpang harus parkir di luar pelabuhan bahkan di badan jalan utama yang dapat mengganggu aktifitas lalu lintas yang melalui area tersebut, toilet yang kurang memadai serta tidak berfungsi dengan baik dan dengan kondisi yang tidak bersih sehingga para penumpang tidak ingin menggunakan fasilitas tersebut, minimnya fasilitas kursi yang tidak memadai di ruangan tunggu, jalan akses menuju ke kapal jika hujan turun akan berlumpur dan licin, dan sempitnya tempat untuk beribadah.

Kualitas pelayanan pada pelabuhan penumpang Batu Ampar sangat perlu diperhatikan oleh pemerintah dan pengelola atau penyedia jasa karena terdapat banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang terjadi di pelabuhan ini, seperti kurangnya petugas yang mengatur para penumpang yang akan berangkat maupun yang tiba, layanan informasi yang belum maksimal, banyaknya para porter yang kurang hati-hati dalam mengangkat barang-barang penumpang, terbatasnya jadwal keberangkatan dan kedatangan kapal yaitu hanya 2 kali dalam satu minggu yaitu di hari Minggu dan hari Rabu.

Berikut ini merupakan data realisasi jumlah penumpang pada tahun 2019.

Tabel 1.1 Data Realisasi Jumlah Penumpang Pada Tahun 2019

Jumlah Penumpang		Total
Keterangan	Bulan	
Keberangkatan	Januari	51.493
	Februari	42.224
	Maret	45.857
	April	65.087
	Mei	66.443
	Juni	80.705
		351.809

Sumber: Pelabuhan Batu Ampar di Batam (2019)

Pada Tabel 1.1 di atas merupakan data jumlah penumpang pada tahun 2019 dari bulan Januari hingga bulan Juni (6 bulan). Pada bulan Januari jumlah penumpang meningkat dari padabulan sebelumnya dikarenakan libur tahun baru sehingga banyak penumpang berlibur ke beberapa tempat melewati Pelabuhan Batu Ampar. Padabulan Februari dan Maret mengalami penurunan dari bulan Januari tetapi jumlah penumpang kembali normal. Kemudian padabulan April mengalami kenaikan jumlah penumpangnya hari libur atau tanggal merah

pada saat itu banyak penumpang rombongan ingin berlibur ke beberapa tempat. Pada bulan Mei meningkat ±1.000 penumpang dari bulan April, pada bulan ini sudah memasuki bulan Ramadhan sehingga banyak penumpang yang ingin pulang ke kampung halamannya. Dan bulan Juni jumlah penumpang meningkat jauh lebih banyak karena adanya hari libur Raya Idul Fitri 1440H sehingga banyak penumpang membawa rombongan untuk mudik.

Dari data jumlah penumpang Pelabuhan Batu Ampar di Batam terlihat jumlah penumpang berfluktuasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa penumpang pada Pelabuhan Batu Ampar pada waktu tertentu seperti pada musim liburan sekolah, arus mudik lebaran dan hari raya besar lainnya akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul untuk skripsi **“PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PELABUHAN BATU AMPAR DI BATAM”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Fasilitas pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam yang kurang memadai seperti lahan parkir yang kurang memadai sehingga para pengantar dan penjemput penumpang harus parkir di luar pelabuhan bahkan di jalan utama.
2. Fasilitas toilet yang kurang memadai, tidak berfungsi dengan baik dan kurang bersih.

3. Kurangnya fasilitas kursi di ruangan tunggu, serta jalan menuju ke kapal yang kotor dan berlumpur jika turun hujan.
4. Kurangnya kualitas layanan pada kepada para penumpang seperti kurangnya petugas yang mengatur dan mengarahkan para penumpang yang akan berangkat atau yang baru tiba.
5. Layanan informasi yang belum maksimal serta para porter yang kurang berhati-hati pada saat membantu para penumpang untuk mengangkat barang.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai dan mengingat terbatasnya waktu maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis kepada para penumpang yang berangkat menggunakan kapal Kelud melalui Pelabuhan Batu Ampar di Batam.
2. Pada variabel independen (X1) fasilitas, peneliti membatasi yaitu fasilitas yang terdapat dalam Pelabuhan Batu Ampar di Batam.
3. Pada variabel independen (X2) kualitas layanan, peneliti membatasi yaitu layanan yang terdapat dalam Pelabuhan Batu Ampar di Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah peneliti kemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pelabuhan Batu Ampar di Batam?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pelabuhan Batu Ampar di Batam?
3. Apakah fasilitas dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan baik bagi peneliti, pihak pengelola pelabuhan, dan masyarakat. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan dilaksanakannya penelitian ini dapat dilihat dari 2 aspek, yaitu :

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pengetahuan dan memperkaya kajian materi mengenai fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti lainnya
 - a) Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pendalaman materi serta yang berkaitan untuk kelanjutan peneliti yang relevan.
 - b) Dapat dijadikan bahan referensi, khususnya bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan focus kajian yang sama.
 - c) Untuk memperkaya wawasan para pembaca dalam hal pengetahuan tentang kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pada konsumen yang menggunakan jasa tersebut.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pelabuhan Batu Ampar Batam
Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan mengenai strategi bersaing. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan

kinerja pelabuhan di masa yang akan datang untuk meningkatkan kepuasan konsumennya.

2. Bagi Dunia Akademis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi pada pengembangan studi mengenai kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan dan menggambarkan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada pelabuhan Batu Ampar di Batam.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai referensi pengetahuan dan dalam penelitian-penelitian lainnya di bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan variable fasilitas, kualitas layanan dan kepuasan konsumen.



Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Banyak yang menyatakan bahwa fasilitas sangat berkaitan erat dengan kepuasan para konsumen, terutama untuk perusahaan jasa termasuk pelabuhan. Bagi pelabuhan fasilitas merupakan faktor yang paling utama dalam kegiatan pelayanan kepada para penumpang kapal. Fasilitas yang tersedia dimaksudkan untuk memberikan kepuasan yang maksimal agar para konsumen atau pengguna jasa merasa nyaman dan puas.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau di dapat konsumen secara langsung (Harfika & Abdullah, 2017 : 48).

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa (Mongkaren, 2013 : 494).

Fasilitas adalah sarana maupun prasarana untuk meningkatkan kepuasan (Ekasari et al., 2018 : 13).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sara dan prasarana yang di berikan oleh pemberi jasa kepada para konsumen mereka untuk memenuhi kepuasan dan loyalitas para konsumen mereka.

2.1.1.2 Desain Fasilitas

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam desain fasilitas (Tjiptono, 2014 : 160-161) sebagai berikut :

1. Sifat dan tujuan organisasi jasa

Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, contohnya suatu perusahaan yang mudah dikenali dengan desain eksterior bisa menjadi tanda atau petunjuk mengenai sifat jasa yang ada di dalamnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan ruangan / tempat

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu mempertimbangkan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah dan lain sebagainya.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas sangat diperlukan apabila volume permintaan sering berubah dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang sehingga resiko keusangan menjadi besar. Kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pula kemungkinan perkembangan di masa yang akan datang.

4. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang bertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. Aspek yang perlu ditata yaitu lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu dan dekor interior.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila suatu perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Jenis biaya ini dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan, kebutuhan energy ruangan yang berkaitan dengan perubahan suhu.

2.1.1.3 Indikator Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan. Fasilitas merupakan komponen individual dari dari penawaran yang mudah ditumbuhkn atau dikurangi tanpa mengubah kualitas jasa atau model jasa. Bagi suatu perusahaan, fasilitas kerja merupakan suatu bentuk pelayanan perusahaan terhadap para karyawannya agar dapat menunjang kinerja mereka dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para konsumen perusahaan tersebut. Fasilitas yang tersedia

dimaksudkan untuk memberikan pelayanan yang maksimal agar pengguna jasa dapat merasa nyaman dan puas.

Terdapat 6 indikator yang berpengaruh dalam desain fasilitas (Tjiptono, 2012 : 43-45) sebagai berikut :

1) Sifat dan tujuan organisasi jasa

Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, Contohnya perusahaan yang mudah dikenali oleh konsumen dengan desain eksterior bisa menjadi tanda atau petunjuk mengenai sifat jasa yang ada didalamnya suatu perusahaan tersebut.

2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan ruangan / tempat

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu mempertimbangkan kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah dan lainnya.

3) Fleksibilitas

Fleksibilitas sangat diperlukan apabila volume permintaan sering berubah dan apabila jasa cepat berkembang sehingga resiko keuangan menjadi besar. Kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pula kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

4) Faktor estetis

Fasilitas jasa yang bertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. Aspek yang

perlu ditata yaitu lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu dan dekor interior lainnya.

5) Masyarakat dan lingkungan sekitarnya

Maksud dari masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Jika suatu perusahaan tidak mempertimbangkan pada faktor ini maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam di masa yang akan datang.

6) Biaya konstruksi dan operasional

Jenis biaya ini adalah dapat dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang di gunakan, kebutuhan energi ruangan yang berkaitan dengan perubahan suhu.

2.1.1 Kualitas Layanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Moha, Loindong, 2016 : 577).

Kualitas layanan yakni memenuhi kebutuhan pelanggan artinya suatu barang atau jasa dinyatakan berkualitas apabila karakteristik barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Kasmir, 2017 : 71).

Kualitas layanan adalah sebagai suatu cara meningkatkan kinerja secara terus menerus pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dan menggunakan sumber daya manusia sebagai modal yang tersedia (Suwendra, 2014 : 17).

Berdasarkan pengertian para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada para konsumennya untuk memberikan harapan kepuasan, apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang di harapkan atau yang di hasilkan maka kualitas layanan tersebut dapat dinyatakan memuaskan para konsumen.

2.1.2.2 Ciri-ciri Kualitas Layanan

Berikut ini ada 9 ciri kualitas layanan yang baik yang harus diikuti oleh para penyedia jasa dalam melayani pelanggannya (Kasmir, 2017 : 67-71) yaitu :

1. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung pada karyawan yang menanganinya. Karyawan harus bersikap ramah, sopan, dan menarik dalam melayanni pelanggan. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar dalam membaca suasana.

2. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruangan tunggu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman dan betah dalam ruangan tersebut. Suasana ruangan yang nyaman harus pula didukung oleh kursi yang memadai.

3. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai
Karyawan harus mampu melayani setiap pelanggannya. Pelanggan akan merasa puas jika pelanggan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya. Resiko apabila pelanggan tidak dilayani dengan baik akan menjadi pereseden yang buruk bagi perusahaan. Pelanggan yang tidak puas akan selalu membicarakan hal-hal yang negatif tentang perusahaan tersebut.
4. Mampu melayani secara cepat dan jelas
Dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai dengan prosedur yang ada. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu. Cepat dalam arti batas-batas normal misalnya pelayanan kepada setiap pelanggan sesuai dengan batas waktu yang sudah di tentukan. Proses pekerjaan harus sesuai dengan waktu yang di tetapkan, proses yang terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat pelanggan menjadi tidak betah dan malas untuk berhubungan kembali.
5. Mampu berkomunikasi
Karyawan harus mampu berbicara kepada pelanggan, dan cepat memahami keinginan pelanggan. Harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Mampu berkomunikasi juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas, sehingga tidak timbul salah paham.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
Khusus untuk pelayanan nasabah keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi, tidak boleh sembarang memberikan informasi.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Karyawan yang selalu berhubungna dengan manusia harus memiliki pengetahuan dan ketentuan tertentu. Resiko yang akan dihadapi akibat ketidakmampuan karyawan dalam melayani pelanggan akan berakibat fatal yaitu kelambatan dan ketidaktepatan dalam pekerjaannya.

8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Agar pelayanan menjadi baik, karyawan harus lebih dahulu berusaha untuk mengerti kemampuan pelanggan dengan cara mendengarkan penjelasan atau keluhan dan kebutuhan pelanggan secara baik.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan memuaskan maka akan menimbulkan kepercayaan.

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Ada 5 indikator kualitas pelayanan (Riyanto, 2018 : 119) sebagai berikut :

1. *Tangibles* (bukti fisik), berkenaan dengan bukti fisik fasilitas layanan, peralatan, perlengkapan dan sumber daya manusia (penampilan petugas, tempat pelayanan, peralatan petugas).
2. *Reliability* (kehandalan), kemampuan untuk menyampaikan layanan secara akurat dan tepat sejak pertaman kali (kecepatan pelayanan, penyelesaian administrasi, dan penjelasan petugas).

3. *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan dan kemampuan penyedia layanan atau jasa untuk membantu pelanggan dan merespon keluhan mereka segera (menanggapi keluhan, keramahan petugas, dan kemampuan menjawab permasalahan).
4. *Assurance* (jaminan), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan (*trust*) dan keyakinan para pelanggannya (jaminan tepat waktu, jaminan pelayanan cepat, dan laporan biaya akurat).
5. *Empathy* (empati) bahwa perusahaan memahami keluhan pelanggannya dan bertindak segera untuk kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian dan memiliki jam operasi yang nyaman (kemudahan pelayanan, kemudahan informasi dan biaya jelas).

Kualitas layanan merupakan suatu keharusanyang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari para konsumen atau pelanggannya. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas layanan yang mereka dapatkan. Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas layanan memiliki dimensi pokok yang bergantung pada konteksnya. Kualitas layanan pada perusahaan jasa sangatlah tidak mudah, karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata serta konsumsi yang berjalan secara simultan.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya (Kasmir, 2017 : 236).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Wahyudi et al., 2018 : 153).

Kepuasan pelanggan berhubungan dengan mutu dan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Kepuasan konsumen adalah seluruh sikap yang di tunjukan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperolehnya dan menggunakannya (Erpurin, 2019 : 183).

Kepuasan konsumen adalah perbandingan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dengan harapan dari konsumen, jika kualitas yang dirasakan berada di bawah harapan konsumen maka konsumen tidak puas, jika kualitas yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka akan puas dan jika kualitas yang di rasakan konsumen melebihi dari harapannya maka konsumen sangat puas (Riyanto, 2018 : 118).

Seorang konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai (*value*) dari pemasok, produsen aparaturnya yang bersangkutan yang dapat diukur secara kuantitatif dan kualitatif atas pelayanan yang diberikan (Desrini Ningsih, Sari F Rahma, Heriyenzus, 2019 : 23). Berdasarkan pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perasaan

seseorang yang dirasakan setelah membandingkan hasil kinerja yang diberikan oleh penyedia jasa dengan harapannya.

2.1.3.2 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen

Terdapat 6 konsep mengenai obyek pengukuran pada kepuasan konsumen (Tjiptono, 2014 : 368) yaitu :

1. Kepuasan konsumen atau pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*), cara yang paling sederhana mengukur kepuasan pelanggan adalah secara langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap jasa atau produk yang spesifik itu.
2. Dimensi kepuasan konsumen, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk atau jasa dengan item yang spesifik, meminta pelanggan atau konsumen menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item spesifik yang sama.
3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), tidak diukur langsung namun disimpulkan pada kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan atau konsumen dengan kinerja aktual produk.
4. Niat beli ulang (*repurchase intention*), menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*), kesiediaan para pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan kepada keluarga atau teman menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidak puasan pelanggan (*customer dissatisfaction*), aspek yang sering ditelaah untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan yaitu komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali produk dari pasar (*product recall*), gethok tular negatif, dan pelanggan yang beralih kepada pesaing.

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Ada 4 metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014 : 369) yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat strategis, kartu komentar, saluran telfon bebas pulsa, website, sosial media dan lainnya.

2. *Ghost/mystery shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa karyawan (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan / pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk tersebut.

3. *Lost customer analysis*

Metode ini perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang sudah beralih ke pemasok yang lain agar dapat mengetahui mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil tindakan agar hal itu tidak terulang kepada pelanggan yang lain.

4. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan akan mendapatkan umpan balik atau tanggapan langsung dari pelanggan dan juga memberi signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada mereka.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang di harapkan oleh konsumennya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada tinjauan penelitian sebelumnya akan dibahas secara lengkap jurnal dan artikel yang mendukung sebagai dasar pembahasan penelitian pada bahan sebelumnya. Pembahasan dan uraian penelitian sebelumnya dapat dibagi keberapabagian sebagai berikut: (a) Fasilitas, (b) Kualitas Layanan dan (c) Kepuasan konsumen. Meskipun ada perbedaan objek ataupun variabel yang diteliti, penelitian tersebut dipakai sebagai gambaran peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian.

Berikut ini akan dikemukakan hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar dan pertimbangan dalam penelitian ini.

(Emmywati, 2016), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada galeri seni dan pusat meditation Ponorogo Jawa Timur”. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas kenyamanan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mempunyai korelasi yang paling besar dibandingkan variabel bebas lainnya.

(Lubis & Andayani, 2017), melakukan penelitian dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam”. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sucofindo Batam.

(Samudr, 2018), melakukan penelitian dengan judul “Kontribusi kualitas layanan dan fasilitas kendaraan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi bus Damri trayek bandara Juanda-Bungurasih”. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kondisi variabel kualitas layanan dan fasilitas kendaraan tergolong sangat kuat. Kualitas layanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna. Fasilitas kendaraan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna.

(Silalahi et al., 2017), melakukan penelitian dengan judul “*service quality analysis for online transportation services: case study of GOJEK*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ditemukan tiga aspek terbaik untuk layanan

transportasi online GO-JEK adalah persepsi kognitif, kemudahan penggunaan, dan persepsi inovasi situs web. Sementara itu tiga kriteria terendah adalah kompensasi, kepercayaan dan risiko yang dirasakan.

(Endang & Cholidah, 2017), melakukan penelitian dengan judul “pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial fasilitas dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Secara silmultan fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Pengarang (Tahun)	Judul Artikel	Hasil Penelitian
1	Emmywaty (2016)	Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Galeri Send dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur	1. Berdasarkan uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas kenyamanan dan keamanan berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mempunyai korelasi yang paling besar dibandingkan variable
2	Alfy Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani -2017	Pengaruh kualitas pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam	1. Kualitas pelayanan secara persial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam.

Tabel 2.1 Lanjutan

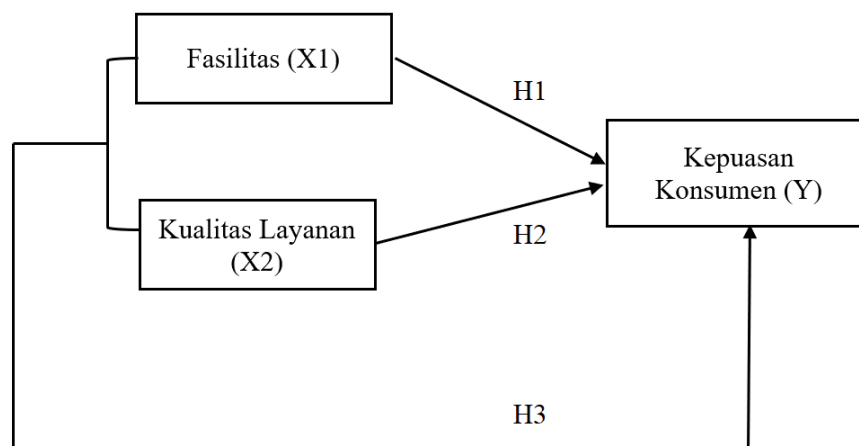
3	Angghraz Febri Samudr -2018	Kontribusi Kualitas Layanan Dan Fasilitas Kendaraan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus DAMRI Trayek Bandara Juanda- Bungurasih	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi variable kualitas layanan dan fasilitas kendaraan tergolong sangat kuat. Kualitas layanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna. 2. Fasilitas kendaraan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna.
4	Shilvia L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani, Qorib Munajat -2017	Analisis Kualitas Layanan untuk Layanan Transportasi Online: Studi Kasus GO-JEK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ditemukan bahwa tiga aspek terbaik untuk layanan transportasi online GO-JEK adalah persepsi kognitif, kemudahan penggunaan, dan persepsi inovasi situs web. 2. Sementara itu, tiga kriteria terendah adalah kompensasi, kepercayaan dan risiko yang dirasakan
5	Endang, Laily Nur Cholida (2017)	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara parsial fasilitas dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. 2. Secara silmultan fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangkan pemikiran dapat memberikan gambaran hubungan antara variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Dalam penelitina ini

variabel variabel terikat adalah Kepuasan Penumpang (Y), variabel bebas adalah Fasilitas (X1) dan Kualitas Layanan (X2). Berikut ini digambarkan kerangka pemikiran yang dijadikan sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru bisa didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam

H2 : Diduga kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.

H3 : Diduga fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyelidikan yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam rencana tersebut tercakup hal-hal yang akan dilakukan peneliti mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai kepada analisis akhir data (Purhantara, 2011 : 67).

Desain penelitian adalah cetak biru bagi pengumpulan, pengukuran dan penganalisisan data. Desain ini membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan mengemukakan pilihan penting (Erlina, 2011 : 74).

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk kausal komparatif yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam.

3.2 Operasional Penelitian

3.2.1 Variabel Bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Variabel bebas merupakan variabel yang

mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan yang terjadi pada variabel terikat atau dependent (Sugiyono, 2017 : 39).

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (variabel independen) sebagai berikut :

1. Variabel bebas X1 (fasilitas) adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa, dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Kondisi fasilitas
 - b. Kelengkapan
 - c. Faktor Estesis
2. Variabel bebas X2 (kualitas layanan) adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, dengan indikator sebagai berikut:
 - a. *Tangibles* (bukti fisik), berkenaan dengan bukti fisik fasilitas layanan, peralatan, perlengkapan dan sumber daya manusia (penampilan petugas, tempat pelayanan, peralatan petugas).
 - b. *Reliability* (kehandalan), kemampuan untuk menyampaikan layanan secara akurat dan tepat sejak pertaman kali (kecepatan pelayanan, penyelesaian administrasi, dan penjelasan petugas).
 - c. *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan dan kemampuan penyedia layanan atau jasa untuk membantu pelanggan dan merespon keluhan

mereka segera (menanggapi keluhan, keramahan petugas, dan kemampuan menjawab permasalahan).

- d. *Assurance* (jaminan), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan (*trust*) dan keyakinan para pelanggannya (jaminan tepat waktu, jaminan pelayanan cepat, dan laporan biaya akurat).
- e. *Empathy* (empati) bahwa perusahaan memahami keluhan pelanggannya dan bertindak segera untuk kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian dan memiliki jam operasi yang nyaman (kemudahan pelayanan, kemudahan informasi dan biaya jelas).

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variabel*) yang sering disebut juga dengan variabel kriteri merupakan variabel dipengaruhi yang terjadi karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017 : 39). Pada variabel penelitian ini kepuasan konsumen merupakan variabel Y.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Indikator kepuasan konsumen sebagai berikut :

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan bisa berupa kotak saran yang

diletakkan di tempat strategis, kartu komentar, saluran telfon bebas pulsa, website, sosial media dan lainnya.

b. *Lost customer alanysis*

Metode ini perusahaan berusaha menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang sudah beralih ke pemasok yang lain agar dapat mengetahui mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil tindakan agar hal itu tidak terulang kepada pelanggan yang lain.

c. Survei kepuasan konsumen

Perusahaan akan mendapatkan umpan balik atau tanggapan langsung dari konsumen dan juga memberi signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada mereka.

Tabel 3.1 Operasional Tabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Fasilitas (X1)	Kondisi fasilitas	Likert
	Kelengkapan	
	Faktor Estesis	
Kualitas layanan (X2)	Berwujud (tangibles)	Likert
	Kehandalan (reliability)	
	Daya tanggap (responsiveness)	
	Jaminan (assurance)	
	Empati (emphaty)	
Kepuasan konsumen (Y)	Sistem keluhan dan saran	Likert
	Survey kepuasan penumpang	
	<i>Lost customer analysis</i>	

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2012 : 80).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Batam yang telah menggunakan jasa Pelabuhan Batu Ampar Di Batam sebanyak dua kali yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012 : 81). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Nonprobability sampling dengan sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu tidak cocok sebagai sumber data, (Sugiyono, 2012 : 67). Dalam penelitian ini populasi belum diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2017 : 148), berikut rumus Cochran yaitu :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Rumus 3.1 Cochran

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = harga daam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50%=0,5

q = peluang salah 50%= 0,5

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2} = 385$$

Maka jumlah sampel yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam yaitu 385 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data dikumpulkan dan digunakan kecuali untuk penelitian eksploratif dan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan. Data-data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk dapat digunakan, dan dapat ditingkatkan jika alat pengukur serta kualitas dari pengambilan datanya akurat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah menggunakan *non probability sampling* secara *random sampling*. *Random sampling* adalah metode penarikan sampel acak sederhana dari anggota populasi yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Mulatsih et al., 2017 : 7736). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS 22.

3.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan penelitian ini ada dua (2) jenis data yaitu data primer dan data sekunder. adapun pengertiannya sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan dokumentasi yaitu data-data yang diperoleh dari setiap bagian yang berkaitan dengan penelitian, seperti profil perusahaan, struktur organisasi, dan lain-lain yang mendukung penelitian ini, data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Sanusi, 2012 : 104).

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain, pelengkap atau data penunjang yang relevan dengan kajian penelitian baik yang diperoleh dari sumber internal maupun dari sumber eksternal.

3.4.2. Sumber Data

1. Observasi

Teknik observasi merupakan suatu proses kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis, dan di antara yang penting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2012 : 145). Teknik observasi juga diharapkan juga dapat menjelaskan secara rinci tentang masalah-masalah yang dihadapi.

2. Kuesioner (Angket)

Teknik Kuesioner (angket) adalah memberi pertanyaan-pertanyaan terstruktur dan terinci terhadap informan yang terlibat langsung dalam

peristiwa/keadaan yang diteliti. Peneliti menyerakkan dan mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Responden atau istilah lain informan adalah orang yang memberi tanggapan atau jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan (Sugiyono, 2012 : 142).

Tipe skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *Likert* digunakan sebagai mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012 : 94).

Tabel 3.2 Skala Likert

Kode	Skala Likert	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber :(Sugiyono, 2012 : 94)

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pencarian digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui permasalahan yang harus diteliti dan juga jika peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari respondennya (Sugiyono, 2012 : 137). Teknik ini sangat diperlukan untuk mengungkap bagian terdalam yang tidak dapat terungkap lewat angket.

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah cara-cara yang akan digunakan peneliti untuk menganalisis data penelitian. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif untuk mencari pengaruh dari setiap variabel, antara variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh masalah penelitian yang sekaligus mencerminkan karakteristik tujuan peneliti untuk eksplorasi, deskripsi atau untuk menguji hipotesis (Sanusi A., 2017 : 115).

Data yang telah dikumpulkan dari sampel yang mewakili populasi selanjutnya akan dilakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 22 yang berupa analisis deskriptif untuk melengkapi analisis kuantitatif. SPSS adalah program analisis statistik yang mudah dioperasikan untuk menggantikan analisa yang dilakukan secara manual.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan dengan memaparkan atau mendeskripsikan data. analisis ini digunakan untuk menggambarkan informasi yang dapat didalami dari data secara komprehensif dengan mendeskripsikan data melalui berbagai macam cara (Sugiarto, 2017 : 270). Analisis deskriptif adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti yang merupakan data mentah dan berceraai-berai sehingga sulit untuk dideskripsikan. Data tersebut

perlu dikelompokkan dengan caramenyusunnya ke dalam kelas tertentu. (Sanusi, 2012 : 116).

Analisis ini digunakan untuk memamparkan atau menyajikan informasi dari variabel independen dan variabel dependen serta untuk menjawab hipotesis deskriptif pada masalah penelitian. Berikut rumus untuk menghitung rentang skala:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: (Sugiyono, 2012 : 148)

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

M = Jumlah Alternatif item jawaban

RS = Rentang Skala

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{385(5-1)}{5} = \frac{385(4)}{5} = 308$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.3 Tabel Rentang Skala

No.	Pertanyaan	Skor Positif
1.	385-693,0	Sangat tidak setuju
2.	693,1-1001,0	Tidak setuju
3.	1001,1 – 1309,0	Netral
4.	1309,1 – 1617,0	Setuju
5.	1617,1- 1925,0	Sangat setuju

Sumber: Peneliti, 2020

3.5.2 Uji Kualitas Data

Perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji kualitas data merupakan hal yang sangat diperlukan dalam melakukan penelitian karena uji kualitas data akan mengukur valid dan andalannya sebuah data tersebut sebelum melangkah ke pengukuran atau uji berikutnya.

3.5.2.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan berarti sejauh mana ketetapan atau kecermatannya suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Sudaryono, 2018 : 317). Uji validitas dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas dari indikatornya adalah sebagai berikut (Wibowo, 2012:37).

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Berikut tabel yang menggambarkan range validitas (Wibowo, 2012 :36).

Tabel 3.4 Menggambarkan range validitas

Interval koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0,80-1,000	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat rendah

3.5.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau tidak (Wibowo, 2012 :52). Dalam penelitian ini untuk metode uji reliabilitas, uji instrumen dalam pengumpulan data menggunakan metode *Cronbach's Alpha* karena metode ini uji yang berbentuk skala *likert* (Wibowo, 2012 :52). untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Conbrach Alpha* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.3 *Conbrach Alpha*

Sumber: (Wibowo, 2012:52)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butiran pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pada butir

σ_b^2 = Varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0.05 (SPSS akan secara default menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel jika nilai alpha lebih besar daripada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Nilai batasan penentu 0,06, jadi nilai alpha harus lebih dari 0,06 dianggap reliabilitas (Wibowo, 2012 :53). Beberapa peneliti merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.5 Indeks Kosfisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber: (Wibowo, 2012 : 53)

3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat awal dalam uji regresi dan korelasi yang diketahui adalah data yang harus memenuhi prinsip BLUE; *Best Linier Unbiased Estimator*. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat kecil yang umumnya digunakan atau *Ordinary Least Square* merupakan suatu model regresi yang dapat memberikan

nilai estimasi atau prakiraan linier tidak bias yang paling baik. Maka dari itu untuk memperoleh BLUE ada kondisi atau syarat-syarat minimum yang harus ada pada data, syarat-syarat tersebut dikenal dengan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik (Wibowo, 2012 : 87).

3.5.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, namun jika data tidak berdistribusi normal maka dapat dipakai statistik nonparametrik. Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya (Priyatno, 2012 : 144). Untuk melihat data distribusi normal atau tidaknya dapat menggunakan Chi Kuadrat (X^2).

$$X^2 = \frac{(f_1 - f_h)^2}{f_h}$$

Rumus 3.4 Chi Kuadrat

Sumber: (Wibowo, 2012 : 62)

Keterangan:

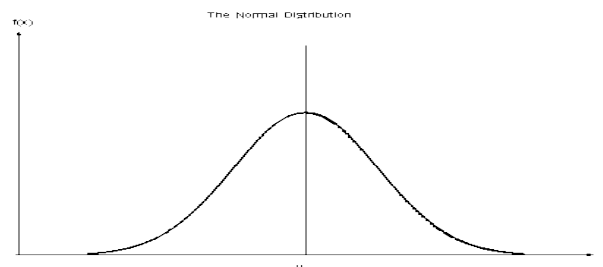
X^2 = Chi Kuadrat hitung

f_h = Frekuensi yang diharapkan

f_i = Frekuensi/jumlah data hasil observasi

Nilai residual yang distribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan membentuk lonceng, *bell-shaped curve* seperti gambar berikut:

Gambar 3.1 *Bell Shaped Curve*



Sumber: (Wibowo, 2012:62)

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan Nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva nilai Residual terstandarisasi dikatakan normal apabila: Nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{\text{tabel}}$; atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed)* $> \alpha$; $\text{sig} > 0,05$ (Wibowo, 2012 : 62).

3.5.2.5 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independen). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas sebagai berikut (Rumengan, 2013 : 381) :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.

2. Menganalisis korelasi antara variabel bebas. Jika antara variabel bebas ada korelasi yang sangat tinggi (diatas 0,990) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolieritas Menganalisis korelasi antara variabel bebas. Jika antara variabel bebas ada korelasi yang sangat tinggi (diatas 0,990) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolieritas.
3. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1 / tolerance$). Nilai untuk mengetahui multikolinearitas adalah *tolerance* 0,10 atau sama dengan $VIF > 10$.

3.5.2.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterosdastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homeskedastisitas, model regresi yang baik adalah model yang heteroskedasitasitas.

Uji heteroskedasitasitas akan menguji uji *Park Gleyser* dengan cara mengoreksikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika nilai probalitasnya memiliki hasil nilai signifikansi $>$ nilai alpha nya (0.05), maka model tidak mengalami heteroskedasitasitas (Wibowo, 2012 : 93).

3.5.4 Uji Pengaruh

Dalam penelitian ini uji akan menunjukkan kedua variabel bebas yaitu Fasilitas (X1) dan Kualitas (X2) sebagai variabel dependen mempengaruhi terhadap variabel independen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan analisis sebagai berikut.

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Analisis regresi ganda juga merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Dalam regresi linear berganda terdapat asumsi klasik yang harus terpenuhi, yaitu nilai residual berdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heterokedastisitas dan tidak adanya autokorelasi pada model regresi (Priyatno, 2012 : 127).

Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan tiga variabel bebas, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Rumus 3.5 Analisis Regresi linear berganda

Sumber: (Priyatno, 2012 : 127)

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a, b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel tergantung tingkat kepuasan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel bebas jumlah kunjungan dan tanggapan karyawan. Koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi = 1, artinya variabel – variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Wibowo, 2012:135).

Peneliti menggunakan analisis ini untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jadi koefisien angka ditunju untuk memperhatikan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Berikut rumus mencari koefisien determinasi (KD) secara umum adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\text{Sum of Squares Regression}}{\text{Sum Of Squares Total}}$$

Rumus 3.6 Determinasi (R^2)

Sumber: (Wibowo, 2012 136)

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian. Dalam statistik sebuah hasil dapat dikatakan signifikan jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan dua uji berikut, yaitu uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

3.5.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil dari uji t dapat dilihat dari hasil output SPSS. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} serta tingkat signifikannya ($p = value$) lebih kecil dari 5%, maka hasil ini menunjukkan H_0 ditolak, hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara parsial (Sanusi, 2017 : 133).

3.5.5.2 Uji F

Uji f dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel Y dan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Untuk menentukan apakah koefisien

berganda tersebut signifikan atau tidak dikonsultasikan dengan Ftabel sehingga perlu ditentukan nilai Fhitung berdasarkan nilai koefisien korelasi berganda (Sanusi, 2017 : 126).

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6 Lokasi Dan Jadwal Data

Dalam melakukan penelitian, adapun lokasi dan jadwal penelitian yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada lokasi Pelabuhan Batu Ampar yang berlokasi di Jalan Lumba-lumba No. 5 Kelurahan Sei Jodoh, Kecamatan Batu Ampar Kota Batam, Kepulauan Riau. Pengambilan kesimpulan diperoleh dari penelitian ini hanya terbatas pada objek yang diteliti yaitu dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian berlangsung dari bulan 2019 sampai dengan bulan 2020.

Tabel 3.6 Waktu Penelitian

Kegiatan	Minggu													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Latar Belakang	■	■												
Studi Pustaka		■	■	■	■									
Metode penelitian				■	■	■	■	■						
Kuesioner							■	■	■					
Pengolahan Data										■	■	■	■	
Kesimpulan												■	■	■



Universitas Putera Batam