



Analisis Pengaruh Peran Agen Dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Shipping Agent Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Mutu

Nikita Mantow, A. Chalid Pasyah, Suhartini

*Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta
Jl. Marunda Makmur No. 1, Cilincing, Jakarta Utara. Jakarta 14150*

Abstract

Service is an activity that occurs in direct interaction between a person with another person or a physical machine, and provides customer satisfaction. Excellent service is the maximum effort that can be given by service officers from a service industry company to meet customer expectations and needs so that satisfaction is achieved. The assumption of the Research Team regarding the not yet optimal delivery of shipping agent services to customer satisfaction from a quality management perspective is the reason why this research was conducted. The purpose of this study was to analyze the effect of excellent service on customer satisfaction of shipping agent services in Batam. This type of research is descriptive quantitative research, where the data analysis technique uses descriptive analysis with data processing using the 2010 version of the Microsoft Excel program and the Statistical Package for Social Science (SPSS) version 25, which is preceded by an analysis prerequisite test, namely normality and linearity tests. The data collection method used a questionnaire and related documentation, as well as library information. The time of the research was carried out from June 2021 to February 2022, and the research site was in Batam at the Shipping Agent PT. The Dynamics of the Eternal Ark, Sekupang, Batam City. The results showed that there was a positive and significant effect between the agent's role variable (X1) on customer satisfaction (Y) with the value of Sig. $0.024 < 0.05$, between the excellent service variable (X2) on customer satisfaction (Y) with the value of Sig. $0.012 < 0.05$. In this study, the independent variables (role of agents and excellent service) contributed 69.7% significantly to the dependent variable (customer satisfaction), while another 30.3% was influenced by variables not examined in this study.

Keywords: excellent service, customer satisfaction, shipping agent, shipping company

Abstrak

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan prima adalah upaya maksimal yang mampu diberikan oleh petugas pelayanan dari suatu perusahaan industri jasa pelayanan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai suatu kepuasan. Asumsi Tim Peneliti terkait belum optimalnya pelayanan jasa Shipping Agent terhadap kepuasan pelanggan ditinjau dari perspektif manajemen mutu menjadi dasar alasan penelitian ini dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan jasa *shipping agent* di Batam. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan proses pengolahan data menggunakan program Microsoft Excel versi 2010 dan Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 25 yang didahului uji prasyarat analisis, yaitu uji normalitas dan linieritas. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi terkait, serta informasi kepustakaan. Waktu penelitian dilakukan dari Juni 2021 sampai Februari 2022, dan tempat penelitian di Batam pada *Shipping Agent* PT. Dinamika Bahtera Abadi, Sekupang, Kota Batam. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel peran agen (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai Sig. $0.024 < 0.05$, antara variabel pelayanan prima (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai Sig. $0.012 < 0.05$. Pada penelitian ini, variabel independent (peran agen dan pelayanan prima) memberikan kontribusi atau pengaruh yang signifikan sebanyak 69,7% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), sementara 30,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Copyright ©2022, *METEOR STIP MARUNDA*, ISSN : 1979-4746, eISSN : 2685-4775

Kata kunci : pelayanan prima, kepuasan pelanggan, shipping agent, perusahaan pelayaran

I. PENDAHULUAN

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Nur Hasyim, 2015). Sedangkan menurut Ernawati, dkk (2008:42) pelayanan prima adalah upaya maksimal yang mampu diberikan oleh petugas pelayanan dari suatu perusahaan industri jasa pelayanan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai suatu kepuasan. Karyawan perusahaan yang profesional sebaiknya memberikan pelayanan yang prima ketika sedang melayani pelanggan. Hal tersebut akan berdampak positif pada penilaian kualitas kinerja pelayanan sehingga akan menambah keuntungan.

Menurut Atep Adya Barata (2003:31-32), faktor yang mengembangkan budaya Pelayanan Prima, yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*). Handi Irawan (2003:3) mengatakan “pelanggan atau konsumen tidak akan puas apabila pelanggan atau konsumen mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi, sebaliknya pelanggan atau konsumen akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan”. Menurut Kotler (2005:70) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang berhubungan

dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk mendapatkan kepuasan.

Secara umum pengertian keagenan dapat diartikan sebagai wakil atau kuasa dari pihak lain untuk melakukan suatu pekerjaan dan mendapatkan komisi/fee atas pekerjaan yang telah dilakukan dari Principal. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2010 tentang Angkutan Air, Pasal 20 ayat (1) menyatakan: "Kapal angkutan laut dalam negeri yang dioperasikan oleh perusahaan angkutan laut nasional hanya dapat disahkan oleh perusahaan angkutan laut nasional atau perusahaan keagenan kapal nasional". Agen pelayaran adalah badan usaha yang bergerak dalam kegiatan atau kegiatan kapal atau perusahaan pelayaran. Jika sebuah kapal berlabuh di suatu pelabuhan, maka kapal tersebut membutuhkan pelayanan dan memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi (Salim, 2013: 98). Untuk melayani berbagai kebutuhan tersebut, perusahaan pelayaran akan menunjuk agen kapal.

Menurut Suyono (2007) untuk melayani berbagai kebutuhan tersebut, perusahaan pelayaran akan menunjuk agen kapal. Secara garis besar, ada tiga jenis agen kapal, yaitu agen umum, sub agen atau agen, dan agen cabang. Seorang agen pelabuhan mengurus bisnis pemilik dan kapal dari layanan pelabuhan, seperti perbaikan, bunkering, dan membantu nakhoda dengan organisasi penanganan kargo. Ada perusahaan yang mengkhususkan diri dalam layanan di seluruh dunia, menyediakan koordinasi antara pelabuhan, biaya standar dan pelaporan keuangan. Agar dapat beroperasi secara efektif, agen pelabuhan harus benar-benar memahami persyaratan dan peraturan keselamatan, komersial dan hukum yang berlaku di pelabuhan dan memastikan kapal mematuhi sepenuhnya, untuk memastikan bahwa tidak ada penundaan yang disebabkan karena kegagalan untuk memenuhi kewajibannya. Agen pelabuhan juga akan memerlukan kontak yang luas dan efektif dalam regulator, operator pelabuhan dan penyedia layanan untuk memastikan bahwa tindakan yang diambil, dan informasi yang diberikan, adalah benar dan tepat.

Merupakan tanggung jawab agen kapal untuk memastikan bahwa pasokan penting, transfer awak dokumentasi pabean, dan pemberitahuan limbah semuanya diatur dengan otoritas pelabuhan tanpa penundaan. Tahalooa (2013) menunjukkan bahwa di beberapa belahan dunia, agen kapal ini juga disebut sebagai agen pelabuhan atau broker kargo, tergantung pada apakah mereka hanya menangani kargo atau seluruh proses pengiriman. Ada beberapa kategori agen pengiriman seperti: agen pelabuhan, agen kapal dan agen sendiri, masing-masing memberikan layanan tertentu tergantung pada perusahaan pelayaran yang mereka layani.

Menurut Levi dan Booms Tjiptono & Chandra (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Menurut Tjiptono & Chandra (2009), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Selanjutnya menurut Fandy Tjiptono dalam Rina Kuniawati (2013) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan timbul ketika hasil (*outcome*) yang tidak sesuai dengan harapan. Menurut Ernawati, dkk (2008:52) Menangani keluhan pelanggan secara lebih dini adalah suatu sikap yang bijaksana dan tepat karena perusahaan akan lebih mampu mengantisipasi hal-hal yang dapat merugikan. Sekecil apapun kekecewaan pelanggan adalah merupakan keluhan yang harus segera ditangani. Para petugas pelayanan harus mampu mengatasi keluhan tersebut agar tidak semakin membesar dan berdampak kurang baik bagi perusahaan.

Aktivitas, manfaat dan kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Hal ini diungkapkan oleh Gronroos yang dikutip oleh (Tjiptono & Chandra, 2011: 17) yang menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian kegiatan tidak berwujud yang biasanya (tetapi tidak harus) terjadi dalam interaksi antara konsumen dan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia layanan yang disediakan sebagai solusi untuk masalah konsumen. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan kepada konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, diberikan sebagai solusi atau permasalahan konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Keluhan pelanggan dalam suatu usaha dapat dijadikan sebuah bahan evaluasi yang nyata dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Dengan adanya keluhan pelanggan, perusahaan dapat mengetahui dengan mudah kelemahan yang ada.

Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, maka peneliti mempunyai asumsi dan ingin melakukan penelitian secara tim dengan judul:

“Analisis Pengaruh Peran Agen dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Shipping Agent* Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Mutu”.

1.1. Identifikasi Masalah

1. Belum optimalnya penerapan Standar Operasional Prosedur dalam pelayanan keagenan kapal terhadap pelanggan.
2. Belum optimalnya penerapan Sistem Manajemen Mutu dalam pelayanan keagenan kapal terhadap pelanggan.
3. Masih adanya sebagian pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan jasa agen kapal.

4. Belum optimalnya pelayanan jasa *Shipping Agent* terhadap kepuasan pelanggan ditinjau dari perspektif manajemen mutu.
5. Lemahnya upaya untuk meningkatkan pelayanan jasa *Shipping Agent* bagi kepuasan pelanggan.

1.2. Batasan Masalah

Belum optimalnya pelayanan jasa *Shipping Agent* terhadap kepuasan pelanggan ditinjau dari perspektif manajemen mutu.

1.3. Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh peran agen dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan jasa *Shipping Agent* ditinjau dari perspektif manajemen mutu.

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan jasa *Shipping Agent* ditinjau dari perspektif manajemen mutu.

1.5. Urgensi Penelitian

Penelitian ini dirasakan cukup penting dan urgen guna memahami pelayanan prima dan implikasinya terhadap kepuasan pelanggan jasa *Shipping Agent* ditinjau dari perspektif manajemen mutu serta menjadi dasar untuk penelitian lanjutan.

II. DESKRIPSI DATA & KAJIAN TEORITIS

1.1. Pengertian Agen Kapal

Agen kapal menyediakan layanan yang terkait dengan pemasaran dan penjualan, pemesanan, pengiriman peti kemas, transportasi jalan, layanan pelabuhan, menyiapkan dokumentasi yang diperlukan seperti manifes, B/L dan tagihan, pelacakan dan penelusuran peti kemas, dan hubungan pelanggan dalam

transportasi kapal. Selain itu, agen kapal menjalankan fungsi komersial, sistem informasi terkait, operasional, keuangan dan hukum (Deveci, 2002).

Keagenan pelayaran dapat digambarkan sebagai bisnis satu perusahaan yang memberikan jasa pengiriman atas nama pemilik kapal dengan hak dan kewajiban untuk kedua belah pihak yang ditentukan dan ditandatangani oleh pihak-pihak yang terlibat dalam apa yang disebut perjanjian keagenan. Sell (2018) mendefinisikan agen kapal dalam perspektif hukum sebagai hubungan hukum yang ada antara dua pihak yang mengadakan perjanjian, dimana salah satu pihak, yang disebut Agen setuju untuk mewakili atau bertindak untuk yang lain yang disebut prinsipal, dengan tunduk pada hak menguasai prinsipal perilaku agen tentang hal-hal yang dipercayakan kepadanya.

Shipping Agency (Keagenan Kapal) adalah agency yang ditunjuk sebagai wakil (representative) Pemilik atau Pencharter kapal yang mewakili kepentingannya di pelabuhan kunjungan, yang bertugas secara umum:

- a. Mewakili owner / principal dalam memenuhi ketentuan dan kewajibannya di pelabuhan singgah dari kapal yang diageni.
- b. Melaporkan kedatangan atau keberangkatan kapal, dan menyerahkan dokumen kapal kepada administrator pelabuhan atau kepala kantor pelabuhan setempat.

Adapun Shipping Line / Agent ialah suatu jasa kepelabuhan yang berperan penting dalam kelancaran transportasi laut yang bertanggung jawab atas perijinan dan koordinasi terhadap instansi di pelabuhan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tugas-tugas agent antara lain:

- a. Membuat rencana dan sasaran, tentang alokasi waktu untuk calon pelanggan.
- b. Melakukan closing dengan cara membujuk, melakukan presentasi, dan mempengaruhi calon pelanggan.
- c. Menyediakan layanan atau melayani pelanggan atas kendala masalah, memberikan bantuan berupa

konsultasi masalah dan bantuan teknis.

Dalam manajemen pelayaran dan agen kapal, sumber daya yang paling penting adalah kualitas sumberdaya manusia, pelatihan, pengalaman, pengetahuan serta pemasaran. Hal ini masih berlaku hingga kini dimana dunia yang semakin berubah dengan cepat serta meningkat dalam era globalisasi dan sarana komunikasi modern. Kemampuan untuk memanggil data di layar tidak sepenuhnya menghilangkan atau sepenuhnya menggantikan inisiatif komersial dan kreativitas yang ditawarkan agen kapal kepada pemilik kapal. Berdasarkan hal ini, peneliti yakin bahwa agen kapal akan terus menjadi mata rantai yang sangat diperlukan dalam rantai maritim.

1.1.1. Tanggung Jawab dan Kewajiban Agen Kapal

Tanggung jawab dan kewajiban komersial agen kapal mengacu pada fungsi penjualan pemasaran seperti: penetapan harga, promosi, pemesanan, analisis pasar dan persaingan, manajemen hubungan pelanggan, penagihan dan penanganan keluhan pelanggan sehingga, umumnya menangani kepentingan komersial pengangkut kapal, menghasilkan sebanyak bekerja sebaik mungkin, memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru. Tanggung jawab ini dianggap sangat signifikan karena menghasilkan sebagian besar pendapatan agen kapal (Deveci dan etin, 2013).

Tanggung jawab dan kewajiban mengenai sistem informasi dan dokumentasi adalah: memberikan informasi tentang kondisi fisik kapal, pelabuhan asal, pelabuhan kargo dan pengiriman kepada badan pemerintah yang diperlukan sebelum kapal tiba, melakukan kontrol kesehatan, keselamatan dan bea cukai, mengajukan permohonan ke pelabuhan untuk kegiatan bongkar muat, penanganan iuran kepelabuhanan dan pemeliharaan, permintaan jasa tunda dan pemanduan pada saat kedatangan kapal, pelacakan operasi kapal, koordinasi antar pihak, menjaga SOF (*Statement of Facts*) dan menandatangani,

mengatur bunker, perbaikan, kru, penumpang, suku cadang, dukungan teknis, dukungan medis, pengelolaan efektif kegiatan operator terminal, buruh pelabuhan, juru tulis dan pihak lain dan menginformasikan pemilik kapal secara teratur selama kapal di pelabuhan. Tanggung jawab dan kewajiban terkait layanan informasi berlanjut dengan mendapatkan izin yang diperlukan dari badan pemerintah setelah operasi selesai, melakukan kontrol pelabuhan, kesehatan, keselamatan dan bea cukai sebelum keberangkatan kapal, memberi tahu ETA (*Estimate of Time Arrive*) dan persyaratan kapal pada saat kedatangan kepada Agen di waktu berikutnya. pelabuhan setelah keberangkatan kapal dan menyediakan data statistik terkait, pelaporan pemesanan dan pengangkutan dan menyediakan informasi kapal adalah tanggung jawab lain dari agen kapal mengenai sistem informasi dan dokumentasi (Deveci dan Tuna, 2012).

Tanggung jawab dan kewajiban operasional agen kapal adalah: bantuan kapal dan awak kapal, komunikasi dengan pihak ketiga, operasi pemerintah, pengaturan transportasi darat, dokumentasi dan fungsi operasional lainnya (Deveci, 2002). Tanggung jawab dan kewajiban keuangan agen kapal adalah: pengumpulan barang, perhitungan biaya dan pengeluaran pelabuhan dan pembayaran, memberikan uang muka kepada awak kapal, penukaran mata uang dll. Akhirnya, tanggung jawab dan kewajiban hukum agen kapal adalah: menangani aspek hukum dan klaim kargo, mencatat protes, praktik rata-rata umum, mengambil tindakan pencegahan, mengelola operasi keamanan, secara keseluruhan bertindak atas nama pemilik kapal.

1.1.2. Kualifikasi untuk Agen Kapal

Banyak negara di dunia tidak memberlakukan kualifikasi profesional untuk agen kapal. Secara umum tidak ada persyaratan kualifikasi wajib sehingga berbicara, memang banyak agen bahkan tidak mengetahui keberadaan kode etik untuk agen kapal. Telah ditegaskan bahwa banyak agen kapal beroperasi tanpa harus menjadi anggota asosiasi apa pun atau harus mematuhi standar apa pun.

Seperti di Indonesia, tidak ada persyaratan khusus yang harus dimiliki seseorang untuk menjadi agen kapal tetapi yang penting dia harus terdaftar di Otoritas Kepabeanan bersama dengan Kementerian Perdagangan dan Perhubungan. Tujuan pendaftaran ini terutama untuk pemungutan pajak dan pemantauan jarak jauh. Namun, selain kurangnya keseragaman kualifikasi, ada beberapa persyaratan tersirat yang harus dicapai oleh agen kapal. Persyaratan ini meliputi:

1. Basis keuangan.
2. Masalah pengiriman profesional.
3. Pengetahuan teknis.
4. Kantor yang dapat diandalkan.
5. Pengetahuan pemasaran.
6. Pengetahuan tentang prosedur lokal.

Ada seperangkat aturan yang komprehensif yang mencakup semua aspek keagenan kapal. Itu ditujukan untuk meningkatkan standar bisnis perantara, dan fokus pada tiga bidang utama kualifikasi profesional, kualifikasi keuangan, dan perilaku profesional. Tujuannya adalah untuk:

1. Menjunjung tinggi standar etika bisnis dan perilaku profesional.
2. Mempromosikan pendidikan dan pengalaman profesional tingkat tinggi.
3. Mendorong pengoperasian agen pengiriman yang sehat secara finansial dan stabil.
4. Terus memerangi penipuan maritim dengan memastikan peningkatan layanan oleh agen pengiriman yang lebih berkualitas.
5. Memberikan pedoman bagi otoritas nasional dan asosiasi profesional untuk membangun dan memelihara sistem keagenan kapal yang sehat.

1.2. Definisi Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir (2012) mengatakan bahwa pelayanan adalah

proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.

Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik diatas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumennya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kemampuan pelayanan logistik transportasi laut didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan transportasi laut untuk mengorganisir integrasi fisik, ekonomi dan organisasi yang mengungkapkan logistik transportasi laut, kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk melakukan kegiatan nasional atau internasional di lautan, laut atau perairan pedalaman, mengangkut barang dengan kapal

dagang. Ini adalah keterampilan dasar yang dikembangkan oleh perusahaan transportasi laut untuk menyediakan layanan transportasi. Dalam studi ini, kapabilitas layanan logistik transportasi laut dikumpulkan untuk kelompok dari perspektif operator. Ini adalah; kemampuan inovasi, kemampuan fleksibilitas, kemampuan kecepatan dan keandalan, kemampuan integrasi informasi.

1.2.1. Karakteristik Pelayanan

Industri pelayanan diklasifikasikan sebagai sektor jasa (Branch dan Stopford, 2013). Produk yang disediakan oleh perusahaan pelayanan adalah paket layanan secara keseluruhan. Karakteristik paket layanan dapat berupa berwujud atau tidak berwujud. Karakteristik nyata termasuk jadwal titik ke titik, pemuatan dan pengiriman tepat waktu, ketersediaan kontainer, pengiriman dan solusi digital. Karakteristik tidak berwujud meliputi sikap dan pengetahuan perwakilan penjualan, perwakilan layanan pelanggan, ketepatan waktu komunikasi dan respons terhadap kegagalan layanan (Hirata, 2017). Karakteristik layanan telah dibahas terutama dalam bentuk kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

1.2.2. Kualitas Pelayanan

Istilah kualitas pelayanan memiliki berbagai definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu atau dapat dikatakan bahwa kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan (Rianto, 2012). Definisi kualitas layanan juga berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Salma & Ratnasari, 2015). Menurut Wyckof, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dari pengertian diatas maka kualitas pelayanan

merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan. Pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.

Dalam proses pelayanan ada tiga hal yang harus diperhatikan (Nazmudi, 2012), yaitu:

1. Penyedia layanan.
Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.
2. Penerima layanan.
Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.
3. Jenis dan bentuk layanan
Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa-jasa saja, layanan yang berkaitan dengan penyediaa dan distribusi barangbarang saja, dan layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

1.3. Definisi Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan ,baik pelanggan didalam perusahaan maupun diluar perusahaan. (*Sutopo 2003;10*). Pelayanan prima atau layanan unggulan pada konsumen itu sendiri adalah bagaimana memberikan pelayanan maksimal kepada pengguna jasa / pelanggan dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meningkatkan kesan kepada pengguna jasa

sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis dengan baik. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan kepada pengguna jasanya. sehingga tiap perusahaan memerlukan pelayanan prima, pelayanan prima merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Adapun menurut Malayu Hasibuan bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan pengguna jasanya, dengan kriteria sebagai berikut:.

- a. Kecepatan, pelanggan sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama.
- b. Keramahan, untuk menciptakan kerjasama yang baik keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.
- c. Ketepatan, pelayanan yang cepat harus disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- d. Kenyamanan, suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan serta menerapkan penguasaan jasa yang loyal.

Sedangkan menurut Barata (2006:15) dasar-dasar pelayanan prima berupa upaya mengembangkan budaya pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain :

1. Kemampuan (*ability*): Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan.
2. Sikap (*attitude*): Setiap insan mempunyai perilaku yang harus

ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan pengguna jasa.

3. Penampilan (appearance): Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (attention): Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritikan seorang pengguna jasa.
5. Tindakan (action): Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
6. Tanggung jawab (accountability): Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu,

tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu :

1. Meningkatkan citra perusahaan
2. Merupakan promosi bagi
3. Menciptakan kesan pertama yang baik
4. Meningkatkan daya saing perusahaan
5. Meningkatkan laba dalam jangka panjang

1.4. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dirasakan (produk atau hasil) dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2016). Kepuasan pelanggan adalah evaluasi setelah pembelian dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan. Profitabilitas perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Keberhasilan dan harapan perusahaan akan tercapai dengan memberikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016). Kepuasan atau kepuasan yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tujuan dan sarana pemasaran bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan. Salah satu ukuran kepuasan adalah dengan melihat keluhan pelanggan. Pelanggan yang menyampaikan keluhan pelanggan maka perusahaan memberikan pemecahan masalah atau pemecahan masalah, pelanggan akan puas.

Chang (2009) bahwa kepuasan pelanggan adalah reaksi psikologis pelanggan sehubungan dengan pengalamannya sebelumnya dengan perbandingan antara kinerja yang diharapkan dan yang dirasakan. Kepuasan telah diukur baik melalui satu transaksi, atau serangkaian interaksi dengan produk dari waktu ke waktu.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk

atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Daga, 2017). Berikut ada 4 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas Jasa
Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.
- 2) Harga
Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga buka menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- 3) Faktor Situasional
Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.
- 4) Faktor Personal/emotional faktor
Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

Metode pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan (Tjiptono, 2008) karena langkah ini dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa metode pengukuran kepuasan pelanggan meliputi: Sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, Analisis Pelanggan Hilang dan survei Kepuasan Pelanggan. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survei kepuasan dapat menggunakan: pengukuran langsung dengan pertanyaan, pertanyaan tentang atribut dan perasaan, menuliskan masalah yang dihadapi, dan peringkat atribut berdasarkan derajat kepentingannya.

Indikator kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) menurut Tjiptono dan Diana (2019) adalah kepuasan terhadap kualitas yang merupakan kepuasan yang dirasakan terhadap kualitas produk atau jasa, kepuasan terhadap nilai yaitu kepuasan yang dirasakan dengan membandingkan harga relatif terhadap kualitas ditawarkan, persepsi terbaik yang merupakan kepuasan yang dirasakan dari keseluruhan persepsi merek yang digunakan adalah yang terbaik dibandingkan dengan merek lain, harapan pelanggan yang merupakan kepuasan yang dirasakan dari harapan konsumen terhadap kemampuan merek untuk memenuhi harapan pelanggan di masa yang akan datang.

1.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Tahun	Hasil
1.	Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Pekanbaru	Mulyadi	2006	Faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, jaminan, empati dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang

			Pekanbaru
2.	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Kesehatan Gawat Darurat pada Rumah Sakit Caltex Rumbai	Santo Sa	2006
3.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar	Yulia Rmi dan Riyasa	2007

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2006:14), penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto, 2006) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Analisis data yang berdasarkan data kuantitatif yang berupa angka-angka guna menarik suatu kesimpulan. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian merupakan data yang masih mentah, sehingga masih perlu mengolah lebih lanjut agar data yang diperoleh menjadi data yang dapat memberikan penjelasan dari permasalahan yang diteliti.

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari Juni 2021 sampai Februari 2022, dan tempat penelitian di Batam pada *Shipping Agent* PT. Dinamika Bahtera Abadi, Sekupang, Kota Batam.

3.2. Teknik Pengumpulan dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015:168-169), data penelitian adalah semua informasi yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Data yang relevan dikumpulkan untuk diolah menjadi informasi yang berguna dalam penelitian ini, dengan teknik yang digunakan adalah:

- a. *Interview/ Wawancara*: suatu metode pengumpulan data dimana peneliti mengadakan tanya jawab dengan pihak terkait, yaitu wawancara langsung kepada responden (pelanggan dan agen-agen dari perusahaan).
- b. *Kuesioner*: menggunakan daftar pertanyaan dengan pilihan ganda kepada responden (pelanggan dan agen-agen perusahaan) dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
- c. *Studi Pustaka*: informasi / data yang relevan diperoleh dari buku-buku referensi, penelitian sebelumnya, dan literatur lainnya yang berkaitan

III. METODE PENELITIAN

dengan masalah yang di teliti. Untuk memastikan kebaruan model hasil konstruk, data yang dipilih adalah dokumen, artikel, publikasi, dan karya ilmiah lainnya yang diterbitkan secara resmi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan kuesioner (daftar pertanyaan), mengenai pengaruh kualitas pelayanan prima agen kapal terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pengumpulan data sekunder berasal dari dokumen, kepustakaan dan referensi-referensi yang ada kaitanya dengan penelitian ini.

3.3. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan PT. Dinamika Bahtera Abadi Batam sebanyak 40 orang yang terdiri dari perwakilan agen-agen pelayaran yang bepergian mulai dari bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021. Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa yang di maksud sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian menggunakan teknik sampling jenuh, sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012) yang menerangkan bahwa sampling jenuh adalah teknik penentuan *sampel* bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang.

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *total sampling*. Menurut Sugiyono (2012; 65) *Total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Alasan mengambil total sampling karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang.

Berikut daftar agen-agen pelayaran yang menjadi pelanggan PT. Dinamika Bahtera Abadi Batam sebagai berikut:

Tabel 2.2: Daftar Agen Pelayaran PT. Dinamika Bahtera Abadi Batam

No.	KONSUMEN	PERWAKILAN
1.	PT. SANDICO	
	OCEAN LINE	2
2.	PT. TRI PUTRI	
	MASINDO	2
3.	PT. GLOBALINDO	
	ANUGRAH PRATAMA	2
4.	PT. LAUTAN	
	LESTARI NIAGA	2
5.	PT. DIV	
	SAMUDERA ABADI	2
6.	PT. DINAMIKA	
	PRIMA ABADI	2
7.	PT. BANDAR	
	VICTORY SHIPYARD	2
8.	PT. CITRA	
	SHIPYARD	2
9.	PT. PELAYARAN INDONESIA	
	HUAHUI	
	INTERNASIONAL	2
10.	PT. DAVINA	
	SUKSES MANDIRI	2
11.	PT. TUJUH	
	CAHAYA ABADI	2
12.	PT. SEGARA	
	MITRA ABADI	2
13.	PT. MITRA TUJUH	
	SAMUDERA	2
14.	PT. BATAM	
	CAHAYA SAMUDERA	2

	PT. SAMUDERA	
15.	SUKSES INDONESIA	2
16.	PT. USDA SEROJA JAYA	2
17.	PT. BATAM FAST	2
18.	PT. GEMALINDO SHIPPING BATAM	2
19.	PT. TRI DAYA LAJU	2
20.	PT. SUMBER DAYA CIPTA ALAM	2
	Jumlah	40

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan tabel-tabel frekuensi dan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dan menyajikan dalam bentuk angka-angka tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Hasilnya diuraikan secara deskriptif dengan memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan jasa keagenan di PT. Bahtera Dinamika Abadi Batam. Data primer dan sekunder yang telah diperoleh dianalisis melalui proses pengolahan data menggunakan program Microsoft Excel versi 2010 dan Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 25 yang meliputi kegiatan sebagai berikut:

- a. Editing, penyuntingan data dilakukan untuk menghindari kesalahan atau kemungkinan kuesioner yang tidak terisi.
- b. Coding, coding dan scoring dari setiap jawaban untuk memudahkan proses entri data.
- c. Data entry, setelah proses coding data dimasukkan ke dalam komputer.
- d. Cleaning, sebelum dilakukan analisis data melakukan pengecekan dan koreksi terhadap data yang telah diinputkan.

3.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas adalah kecermatan atau ketelitian pengukuran, valid artinya alat tersebut mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menentukan validitas suatu instrumen (kuesioner) dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing variabel dengan skor total. Jenis uji validitas yang digunakan jika jenis soal menggunakan skala Likert adalah Korelasi Product Moment Pearson, dengan dasar valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (Riyanto, 2011).

Reliabilitas berarti kestabilan pengukuran, alat dikatakan reliabel jika nilai yang sama digunakan berulang kali. Sedangkan pertanyaan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jenis uji reliabilitas yang digunakan jika jenis soal yang menggunakan skala Likert adalah Cronbach's Alpha, dengan dasar reliabel jika $\alpha > 0,06$ dan tidak reliabel jika $\alpha < 0,6$ (Riyanto, 2011).

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan uji asumsi klasik dalam sebuah penelitian, adapun langkah-langkah yang digunakan adalah:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal/tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat gambar Normal Probability Plot. Data dapat dikatakan normal jika titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Selain itu normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan kurva histogram. Data dapat dikatakan normal jika bentuk kurva

memiliki kemiringan yang cenderungimbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan, dan kurva bebentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna. (Nugroho, 200).

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006: 105), uji heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari 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 Heteroskidastisitas.

Cara memprediksi ada tidaknya Heteroskedastisitas pada suatu model dapat di lihat dari gambar scatterplot. Adapun dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskidastisitas.

3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel

independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol.

Dekeksi multikolonieritas pada suatu model dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregres terhadap variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai Cut Off yang umum dipakai adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir. (Ghozali, 2006: 91-92)

3.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel terikat. Pengujian ini meliputi uji t (t_{test}) yang digunakan untuk mencari besarnya sunbangan masing-masing variabel terhadap variabel dependen secara parsial, uji F (F_{test}), koefisien determinasi (R_2) untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independent yang tercantum dalam penelitian ini.

Bentuk umum persamaan regresi linier berganda dengan lima variabel bebas adalah sebagai berikut (Gujarati, 1995):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan
- Bo = Intercept (konstanta)
- β_1, β_2 = Koefisien Regresi
- X_1 = Peran Agen

X_2 = Kualitas Pelayanan
 e = Residual atau kesalahan prediksi

3.4.4. Analisis Koefisien Determinasi

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

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2006).

Dalam analisis ini teknik mencari koefisien determinasi dengan menggunakan output program SPSS (Statistical Package for Social Sciences) pada tabel Model Summary bagian Adjusted R square.

3.4.5. Uji Signifikansi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

3.4.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dengan t-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (persial) terhadap variabel dependen (Nugoho 2005). Pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_a alternatif ditolak. Jadi tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independent terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_a alternatif diterima. Jadi ada pengaruh antara variabel dependen dan variabel independent. Taraf nyata (α) adalah 5%.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Setelah dilakukan proses pengambilan data kepada 40 responden penelitian. Berdasarkan analisis data dengan bantuan *software* yaitu *Statistical Package for Science* (SPSS) *version 25 for windows* tidak terdapat responden yang perlu di drop (*outlier*).

4.1.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan gambaran responden penelitian berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat dari tabel 4.1

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	16	40.0
2.	Perempuan	24	60.0
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian berdasarkan jenis kelamin menunjukkan hasil bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 16 orang (40%), sedangkan responden yang

berjenis kelamin perempuan sebanyak 24 orang (60%).

4.1.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan gambaran responden penelitian berdasarkan usia yang dapat dilihat dari tabel 4.2

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	20-30 Tahun	16	40.0
2.	31-40 Tahun	14	35.0
3.	41-50 Tahun	10	25.0
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian berdasarkan usia menunjukkan hasil bahwa responden yang berusia 20-30 Tahun sebanyak 16 orang (40%), responden dengan rentang usia 31-40 Tahun sebanyak 14 orang (35%), dan responden dengan rentang usia 41-50 Tahun 10 orang (25%).

4.2. Uji Instrumen Data

4.2.1. Uji Validitas Data

Penguji validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap-tiap butir pernyataan telah mewakili indikator yang akan diselidiki. Validitas pengukuran tersebut dapat dilihat dengan bantuan software SPSS. Ver.25.0. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai r hitung > t kritis.

a) Uji Validitas Instrumen Peran Agen

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan instrumen peran agen dari 40 responden dengan jumlah pernyataan masing - masing variabel 7 pernyataan dengan total skor setiap responden hasil disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Peran

Agen

Pertanyaan	R hitung	T kritis	Kesimpulan
Item 1	0.761	0,312	Valid
Item 2	0.629	0,312	Valid
Item 3	0.461	0,312	Valid
Item 4	0.899	0,312	Valid
Item 5	0.836	0,312	Valid
Item 6	0.553	0,312	Valid
Item 7	0.500	0,312	Valid
Item 8	0,616	0.361	Valid
Item 9	0,578	0.361	Valid
Item 10	0,708	0.361	Valid
Item 11	0,627	0.361	Valid
Item 12	0,664	0.361	Valid
Item 13	0,525	0.361	Valid
Item 14	0,542	0.361	Valid
Item 15	0,487	0.361	Valid
Item 16	0,423	0.361	Valid
Item 17	0,542	0.361	Valid

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat dilihat bahwa dari 17 butir pernyataan dari variabel peran agen hasilnya adalah valid.

b) Uji Validitas Instrumen Pelayanan Prima

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan instrumen pelayanan prima dari 40 responden dengan jumlah pernyataan masing - masing variabel 6 pernyataan dengan total skor setiap responden hasil disajikan dalam Tabel sebagai berikut

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima

Pertanyaan	R hitung	T kritis	Kesimpulan
Item 1	0.897	0,312	Valid
Item 2	0.861	0,312	Valid
Item 3	0.861	0,312	Valid
Item 4	0.840	0,312	Valid
Item 5	0.585	0,312	Valid
Item 6	0.780	0,312	Valid

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa dari 6 butir pernyataan dari variabel pelayanan prima hasilnya adalah valid.

c) Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan instrumen kepuasan pelanggan dari 40 responden dengan jumlah pernyataan masing - masing variabel 5 pernyataan dengan total skor setiap responden hasil disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	R hitung	T kritis	Kesimpulan
Item 1	0.859	0,312	Valid
Item 2	0.703	0,312	Valid
Item 3	0.855	0,312	Valid
Item 4	0.848	0,312	Valid
Item 5	0.855	0,312	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat dilihat bahwa dari 5 butir pernyataan dari variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasil item valid pada keseluruhan item.

4.2.2. Uji Reliabilitas Data

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukurannya dapat diandalkan dan konsisten. Pada tabel hasil pengujian berikut diketahui bahwa

semua variabel mempunyai alpha di atas 0.60 yang berarti bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai kritis (α) = 5%	Keterangan
Peran Agen	0.753	0.600	Reliabel
Pelayanan Prima	0.850	0.600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.853	0.600	Reliabel

Berdasarkan angka-angka reliabilitas *cronbach alpha* tersebut tampak bahwa seluruh pernyataan yang ada membentuk ukuran yang reliabel dari mulai dari peran agen, pelayanan prima dan kepuasan pelanggan membentuk ukuran yang reliabel dari masing-masing variabel.

4.3. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian apakah model yang terbentuk layak digunakan sebagai model yang berperilaku sebagai model *predictor*, artinya penduga yang dihasilkan merupakan penduga yang benar dan dapat diprediksikan. Untuk mengetahui kelayakan model yang dihasilkan dalam suatu hubungan simultan, model dapat diuji dengan menggunakan 5 asumsi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Kelima asumsi tersebut adalah asumsi normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Dalam penulisan ini pengujian kelayakan model terhadap asumsi- asumsi BLUE sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

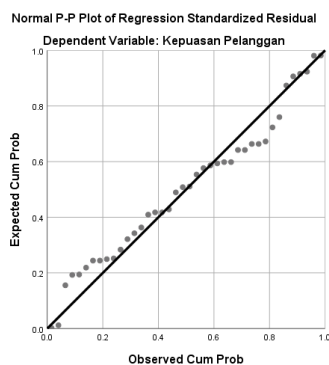
Uji normalitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS version 25 for windows* yang bertujuan untuk melihat apakah variabel peran agen, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal atau tidak.

Jika nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi ($\alpha=0.05$), maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Sig(P-Value)	α	Interpretasi
Peran Agen (X1), Pelayanan Prima (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y)	0.128	0.05	Terdistribusi Normal

Berdasarkan hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov pada variabel peran agen, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *p-value* (Sig.0.128) > 0.05. Berdasarkan hasil uji normalitas pada variabel penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal.



Gambar 4.1 Grafik PP-plot

Pada hasil analisis yang ditunjukkan grafik PP-plot, kesamaan antara nilai probabilitas harapan dan pengamatan ditunjukkan dengan garis diagonal yang merupakan perpotongan antara garis probabilitas harapan dan pengamatan. Dari grafik tersebut menunjukkan bahwa nilai PP-Plot terletak disekitar garis

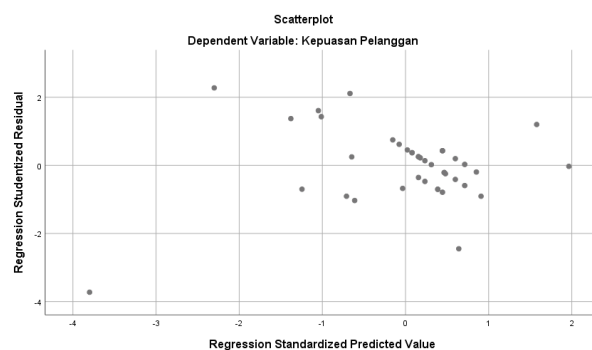
diagonal. Data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model analisis memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heterokedasitas

a) Uji Grafik Scaterplot

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model yang baik harus terbebas dari heteroskedastisitas atau dengan kata lain harus homoskedastisitas yaitu varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain adalah tetap, oleh karena itu pengujian ini hanya diperuntukan bagi hubungan simultan saja.

Untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar analisisnya (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2) jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik *scatterlot* di bawah ini:



Gambar 4.2 Grafik Scatter Plot

Berdasarkan gambar *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan X adalah residual (Y prediksi dengan Y sesungguhnya) yang memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS version 25 for windows untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas di dalam suatu model regresi dapat diketahui dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Interpretasi
Peran Agen	0.999	1.001	Tidak terjadi multikolinearitas
Pelayanan Prima	0.999	1.001	Tidak terjadi multikolinearitas

4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta	
Constant	2.315	2.579	0.068	0.898
Peran Agen	0.191	0.081	0.214	2.359
Pelayanan Prima	0.521	0.051	0.815	8.924

Peran Agen	Pelayanan Prima
2	8
70	12

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa pada variabel peran agen terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *p-value* (sig. 0,024) < α , yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada peran agen terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel tersebut dapat dibuat persamaan regresinya sebagai berikut:

Keterangan:

$$Y = 2.135 + 0.191 (X1) + 0.521 (X2)$$

Kepatuhan wajib pajak = 2.135 + 0.191 (Peran Agen) + 0.521 (Kualitas Pelayanan)

Keterangan

Y = Kepuasan Pelanggan
 X1 = Peran Agen
 X2 = Pelayanan Prima

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel independent sebesar 2.135, artinya apabila variabel independent mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 2.135. Nilai koefisiensi pada variabel peran agen sebesar 0.191, artinya apabila peran agen mengalami naik maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.191. Selanjutnya, nilai koefisien variabel pelayanan prima sebesar 0.521, artinya apabila pelayanan prima mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.521.

5. Uji Hipotesis

Tabel 4.10 Uji t

Variabel	Sig.	α	t hitung	t tabel	Interpretasi
Peran agen(X1) dan kepuasan pelanggan (Y)	0.024	0.05	2.359	2.02439	Sig. < 0,05 Maka, terdapat pengaruh antar X1

					terhadap Y
Pelayanan Prima (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	0.012	0.05	8.970	2.024	Sig. < 0,05

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa pada variabel peran agen terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai p -value (sig. 0,024) < α , nilai t hitung (2.359) > t tabel (2.02439) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada variabel peran agen terhadap kepuasan pelanggan. Pada variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai p -value (sig. 0,012) < α , nilai t hitung (8.970) > t tabel (2.02439) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.11 Determinasi Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of Estimate
1.	0.835	0.697	0.681	1.670

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui besarnya pengaruh peran agen, pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R square sebesar 0,697 yang menunjukkan bahwa variabel X memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 69,7% terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), sementara 30,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.12 Uji Signifikansi Keseluruhan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	237.225	2	118.613	42.536	0.012
2. Residual	103.175	37	2.789		
Total	340.4	39			

00

Berdasarkan hasil uji signifikansi keseluruhan diatas dapat diketahui nilai F sebesar 42.536 sedangkan nilai F tabel untuk responden yang berjumlah 40 adalah 3.24 dan nilai p value (sig. 0,012). Dilihat dari nilai p value < nilai α (0,05) serta nilai F hitung (42.536) > F tabel (3.24). maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh antar variabel peran agen, pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

V. KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dengan responden 40 orang di PT. Dinamika Bahtera Abadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara peran agen dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

1. Pada variabel Peran Agen (X1) diketahui bahwa nilai Sig. 0.024 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada peran agen terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pada variabel pelayanan prima (X2) diketahui bahwa nilai Sig. 0.012 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pada penelitian ini, variabel independent (peran agen dan pelayanan prima) memberikan kontribusi atau pengaruh yang signifikan sebanyak 69,7% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), sementara 30,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

1. Bagi Karyawan untuk menangani kepuasan pelanggan maka karyawan

- terlebih di bidang operasional hendaknya memiliki kapabilitas dan keterampilan dalam bidang operasional.
2. Bagi Masyarakat Umum, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh dari peran agen dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat digunakan kepada masyarakat sebagai pelaku jual beli untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan.
 3. Bagi penelitian selanjutnya: Diharapkan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti variabel serta responden penelitian yang sama dengan penelitian ini diharapkan dapat melakukan pengambilan data secara langsung agar jumlah responden penelitian yang didapatkan lebih banyak, sehingga hasil penelitian lebih menggambarkan populasi yang ada. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya jika ingin menggunakan variabel peran agen, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan pada karyawan-karyawannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Aziza, N., dan Salim. 2008. *Pengaruh Orientasi Etika pada Komitmen dan Sensitivitas Etika Auditor (Studi Empiris pada Auditor di Bengkulu dan Sumatera Selatan)*. Simposium Nasional Akuntansi, Vol. 11, 2008.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Deveci, D.A. (2002). *A study to measure container shipping shipping agency service errors: Application for shipping agencies in Izmir port*, Ph.D. Thesis, Istanbul University Institute of Marine Sciences and Management, Istanbul.
- Deveci D.A. and Cetin, I.B. (2013). *Ship Agencies and Forwarder Enterprises*. A. G. Cerit, D.A. Deveci and S. Esmer (Eds.), Maritime Business Management (p. 473-502). Istanbul: Beta Publications.
- Ernawati, dkk. (2008). *Tata Busana SMK Jilid 1*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Handi Irawan. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2006). *Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga*. Pekanbaru.
- Nasution, M. Nur. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nur Hasyim Adunair. *Tinjauan Pustaka*. ([http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunair bab2. pdf](http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunair%20bab2.pdf)). Diakses pada tanggal 31 Maret 2015.
- Panayides, Photis & Wiedmer, Robert & Andreou, Panayiotis & Louca, Christodoulos. (2012). *Supply chain integration of shipping companies*.
- Salim, E., (2013), *Kiat Cerdas Wirausaha Aneka Olahan Kedelai*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Salma, Fitria & Ratnasari, Ririn. (2015). *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. 2. 322. 10.20473/vol2iss20154pp322-339.
- Santosa. (2006). *Alanisis Kepuasan Konsumen Pelayanan Kesehatan Gawat Darurat pada Rumah Sakit Caltex Rumbai*. Pekanbaru.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfaberta.
- Sutopo,(2003), *Pelayanan Prima*, Jakarta, Lembaga Administrasi Negara.
- Suyono, RP. (2007), *Shipping Pengangkutan Intermodal Ekspor Impor Melalui Laut Edisi IV*, Jakarta.
- Tahalooa. P. Vick, (2013), “*Shipping Agencies in Port-Louis*”, <http://www.portagent.mu/blog/2013/02/18/shipping-agencies-in-port-louis/>
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Yuliarni, Riyasa (2007). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM*. Denpasar

