

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN
INDONESIA IV (PERSERO) TERMINAL PETIKEMAS
BITUNG**

TUGAS AKHIR

*Di ajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (SST)
Administrasi Bisnis Pada Program Study Manajemen Bisnis*

Oleh:

Eunike A.M Warong

NIM : 11 053 037



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
2015**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN
INDONESIA IV (PERSERO) TERMINAL PETIKEMAS
BITUNG**

TUGAS AKHIR

Oleh:

Eunike A.M Warong

NIM : 11 053 037



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
2015**

Eunike A.M Warong. 11 053 037. 2015 “The Influence of Service Quality Towards Customer Satisfaction at **“PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Container Terminal Bitung”**”. Thesis. Business Management Program Study Business Administration Department of State Polytechnic Manado. Advised by Dr. Mikke R. Marentek, SE, MSi as Advisor 1 and Mr. Jemmry R. Winokan, SE, MSi as advisor II

ABSTRACT

In offering services, quality of service plays an important role on the level of customer satisfaction. Thus the services provided should be in accordance with customer expectations so that customer satisfaction can be maintained. PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Container Terminal Bitung is a company engaged in loading and unloading services in particular loading and unloading container or container for the purpose of delivery of goods in large quantities and require special handling. But in fact, there are customer dissatisfaction of services provided. This study discusses the impact of service quality on customer satisfaction in PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Container Terminal Bitung. The problems that the authors studied in this research is how the existing services and the impact of service quality on customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the extent of the existing services influence and service quality which will lead to maximum satisfaction for the customers. This research is quantitative research through observation and questionnaires. Quality of service consisting of five dimensions, which are physical form, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The fifth dimensions are aligned with customer satisfaction. If the customer is satisfied it will generate high interest to use the services offered. The method used was survey by using questionnaires as a tool for data collection. Samples of this research are 53 respondents (15%) of the total population of 350 people. Results of data that has been analyzed by using simple regression shows that there is significant influence between the quality of service towards the customer satisfaction at PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Container Terminal Bitung by 37.5% while the remaining 62.5% is influenced by other factors.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction.

Eunike A.M Warong. 11 053 037. 2015 **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung”**. Tugas Akhir. Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Manado. Dibawah bimbingan Dr. Mikke R. Marentek, SE, Msi selaku dosen pembimbing I dan Jemmy R. Winokan, SE, Msi selaku dosen pembimbing II.

ABSTRAK

Dalam menawarkan jasa, kualitas pelayanan memegang peranan penting terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga. PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa bongkar muat khususnya bongkar muat Petikemas atau container untuk keperluan pengiriman barang dalam jumlah besar dan memerlukan penanganan khusus. Namun pada kenyataannya, masih terdapat ketidakpuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Permasalahan yang dikaji penulis dalam penelitian ini adalah bagaimana pelayanan yang ada dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang ada dan pengaruh kualitas pelayanan sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan maksimal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif melalui observasi lapangan dan kuisioner. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu, dimensi bentuk fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Kelima dimensi tersebut memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas maka akan menghasilkan minat yang tinggi untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu pengumpulan data. Sampel dari penelitian ini adalah 53 responden (15%) dari total jumlah populasi sebanyak 350 orang. Hasil analisis data yang menggunakan regresi sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung sebesar 37.5% sedangkan sisanya sebesar 62.5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

MOTTO

*“A journey of a thousand miles
begins with a single step”*

-Lao Tzu-

Skripsi ini Kupersembahkan untuk:

Kedua Orang Tua

Bapak Tian Warong dan Ibu Yohana Katumbal

Kakak dan Adikku Tersayang

Keluarga besar tercinta sebagai tanda bukti terima kasihku

Atatas setiap Doa yang diberikan

Teman-Teman dan Sahabat terhebat

Beserta Almamater yang kubanggakan

LEMBAR PERSETUJUAN

Berdasarkan pembimbingan dan pemeriksaan yang telah dilakukan maka mahasiswa Politeknik Negeri Manado Jurusan Administrasi Bisnis yang disebut dibawah ini :

Nama : Eunike A.M Warong

NIM : 11 053 037

Program Studi : Manajemen Bisnis

Dinyatakan mampu dan tersedia materi pendukung untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA IV (PERSERO) TERMINAL PETIKEMAS BITUNG”

Manado, 25 Agustus 2015

Disetujui,
Pembimbing 1,

Dr. Mikke R. Marentek, SE, MSi
NIP. 196310021990032001

Pembimbing 2,

Jemmry R. Winokan, SE, MSi
NIP. 197001092002121001

Ketua Panitia,
Seminar dan Ujian Tugas Akhir,

Ir. Efendy Rasjid, SE, MSi,MM
NIP. 196705161994031003

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Eunike A.M Warong ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 25 Agustus 2015.

Ketua/Penguji 1

Debby Ch. Kawung, SE.MM
NIP. 196512241990112001

Penguji 2

Penguji 3

Diana R.S Maramis, SE, MSi
NIP. 197209152002121001

Dr. Mikke R. Marentek, SE, MS
NIP. 197209152002121001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Willem G. Pomantow, SE, MSi
NIP. 196511191990031003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Eunike A.M Warong

NIM : 11 053 037

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Manajemen Bisnis

Program : Sarjana Terapan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tugas Akhir ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Manado, 25 Agustus 2015
Yang membuat pernyataan,

Eunike A.M Warong
NIM. 11 053 037

BIOGRAFI

Nama : Eunike A.M Warong

Nim : 11 053 037

Tempat/Tanggal Lahir : Lolak, 13 April 1993

Agama : Kristen Protestan

Alamat : Jln. Sesawi No.82 Kec. Sario Manado

Riwayat Pendidikan : SD Negeri Tiniawangko Lulus tahun 2005

SMP Negeri 2 Tenga Lulus tahun 2008

SMK Negeri 1 Manado Lulus tahun 2011

Nama Orang Tua

Ayah : Tian Warong

Ibu : Yohana Katumbal

Alamat : Tiniawangko, Kec. Sinonsayang Minsel

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan pada Tuhan Yesus Kristus karena atas perhatian dan bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini penulis tidak lepas dari berbagai masalah dan hambatan yang dihadapi. Baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi ini masih jauh dari sempurna. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, maka semuanya dapat di atasi oleh penulis.

Untuk itu dengan penuh kerendahan hati perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini:

1. Bapak Ir. Jemmy J. Rangan MT, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado
2. Bapak Wilem G. Pomantow SE, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
3. Ibu Juliet P.T Makinggung SE, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis
4. Ir. Efendy Rasjid, SE, MSi, selaku ketua panitia Tugas Akhir
5. Dr. Mikke R. Marentek, SE, MSi, selaku dosen pembimbing satu. Yang dengan setia membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Jemmry R. Winokan, SE, MSi, selaku dosen pembimbing dua, yang telah membimbing penulis dalam prosedur penulisan pada Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Dosen & Staf Pegawai Administrasi Bisnis

8. Bapak Heru Bakti Fireno SE, selaku General Manager PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung
9. Bapak Muhamad Saimar SAP, selaku Manager SDM & Umum PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung
10. Bapak Sardi ST, selaku Manager Perencanaan & Operasi PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung
11. Bapak Ahmad Rahman SE. AK, selaku Manager Keuangan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung
12. Bapak Andi Murham ST, selaku Manager Teknik PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung
13. Ka Julia, Ka Lofie, Ka angie, Ka eka, Mirna, Nadya, Ka Rita, yang selalu setia selama 4 bulan ini dengan semua kegilaan yang ada, serta the coffee team Om Hendi, Ka Zukril, Mas Arbi. Big Thanks for your all, 4 bulan ini adalah pengalaman yang luar biasa dan sangat menyenangkan. Suatu kebanggaan bisa mengenal orang-orang seperti kalian.
14. Seluruh Staf pegawai Div.SDM & Umum, Operasional, Keuanan, serta Div. Teknik PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Terima kasih untuk semua pelajaran yang penulis dapatkan dari kalian semua.
15. Tuhan Yesus Kristus, Keluarga, Orang tua Mami & Papi, kakak, adik, yang selalu setia mendoakan penulis, selalu memberikan semangat dan nasihat-nasihat yang begitu sangat berguna dan mendorong semangat penulis. Thanks mom/dad masih setia sampai saat ini. Thank You Jessus for everything in my life. THANK YOU !

16. Special Thanks buat my Crazy Have Fun (HvF) Susi, Cinta, Sinpa, JJ, Thia'1, Thia'2, Merlin, Nona, Sutri dan Oca. Terima kasih untuk persahabatan selama hampir 7 tahun ini. Terlebih khusus buat susi yang selalu ada pada saat penulis menyusun tugas akhir ini, selalu membantu dalam hal "POSITIVE". Thank you mbing, thank you so much.
17. The Last, Thank you somuch buat semua sahabat-sahabat tercinta, teman-teman seperjuangan angkatan 2011 program study Bussines Management, Keluarga besar HIMAJU Administrasi Bisnis, New Barak-3 Family. Terima kasih untuk kesetiaan dan semangat yang diberikan kepada penulis sampai saat ini.

Penulis Menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan serta kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan penyusunan tugas akhir ini sangat diharapkan. Harapan penulis semoga laporan Magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca terlebih khusus para mahasiswa sebagai generasi penerus.

Manado, 25 Agustus 2015

Penulis,

Eunike A.M Warong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
BIOGRAFI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Pembatasan Masalah	8
1.5 Tujuan dan Manfaat	8
1.5.1 Tujuan Penelitian	8
1.5.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan	16
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.1.4 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	21
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.3 Tinjauan Pustaka	24
2.4 Alur Pikir	26
2.5 Hipotesis.....	26

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Objek dan Waktu Penelitian.....	27
3.2	Metode Penelitian.....	27
3.3	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	28
3.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel	34
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	34
3.6	Analisis Data.....	36
3.6.1	Analisis Korelasi	36
3.6.2	Analisis Regresi Sederhana	38
3.6.3	Pengujian Hipotesis	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1	Sejarah Perusahaan	40
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.3	Bidang Usaha	45
4.1.4	Sumber Daya Perusahaan	46
4.1.5	Organisasi Perusahaan	47
4.1.6	Job Description	48
4.2	Hasil Analisis	52
4.2.1	Karakteristik Responden	52
4.2.2	Total Skor Jawaban	55
4.2.3	Analisis Deskriptif Statistik	57
4.2.4	Analisis Regresi dan Korelasi	59
4.2.5	Pengujian Hipotesis	61
4.3	Pembahasan.....	62

BAB V	KIMPULAN DAN SARAN	68
	5.1 Kesimpulan.....	68
	5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)	32
2.	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	33
3.	Operasional Variabel X	36
4.	Operasional Variabel Y	36
5.	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi	37
6.	Keseluruhan Jumlah Karyawan TPB	47
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
10	Deskripsi Variabel Penelitian	58
11.	Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
1.	Konsep kepuasan pelanggan	12
2.	Kerangka Alur Pikir	26
3.	Terminal Petikemas Bitung (TPB)	40
4.	Kegiatan Bongkar Muat TBP.....	41
5.	Fasilitas Dermaga TPB	42
6.	Fasilitas Lapangan Penumpukan TPB	43
7.	Kegiatan Pelayanan kepada pelanggan di loket TPB	44
8.	Struktur Organisasi TPB	47
9.	Total Skor Kualitas Pelayanan (X)	55
10.	Total Skor Kepuasan Pelanggan (Y)	56

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner Penelitian
2. Skor Kualitas Pelayanan (X) dari 53 Responden
3. Skor Kepuasan Pelanggan (Y) dari 53 Responden
4. Total Skor Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)
5. Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)
6. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)
7. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)
8. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)
9. Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
10. Tabel Statistik Nilai t
11. Tabel Statistik r Product Moment
12. Pernyataan Keaslian Tulisan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laju pertumbuhan ekonomi beberapa propinsi di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan tiap tahunnya, hal ini dilihat sejak digulirnya konsep otonomi daerah, peningkatan pembangunan fisik maupun non fisik terus mengalami kemajuan yang sangat pesat, tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu faktor dari kemajuan tersebut adalah peranan pelabuhan sebagai prasarana transportasi laut. Hal ini juga dikaitkan dengan pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) dimana di dalamnya berperan industri-industri yang aktif dalam kegiatan ekspor import sehingga memerlukan sarana logistik yang memadai.

Kaitan pengembangan internasional Hubungan pelabuhan dijabarkan dengan adanya keunggulan geoekonomi antara lain lokasi strategis sebagai pusat pertumbuhan serta pusat distribusi barang dan penunjang logistik di kawasan timur Indonesia serta memiliki akses internasional.

Pertumbuhan yang semakin cepat ini mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat juga mempengaruhi dan mendorong perusahaan-perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak

cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu kualitas pelayanan.

Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*) tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan yang bergerak dibidang jasa. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upayah untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan. Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pendapat Parasuraman et.al. (1985) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan dengan kinerja.

Menurut *American Society for Quality Control* (dalam Kotler, 2007) Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat paten. Tjiptono (2005) juga mengungkapkan dengan lebih jelas bahwa “Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vitas dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004)

Apabila kualitas pelayan yang baik sudah diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka pelanggan akan merasa terpuaskan akan produk atau jasa yang

diberikan perusahaan. Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan mutu dari produk yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan mempunyai tingkat masing-masing tergantung apa yang mereka peroleh. Menurut Buttle (2004) kepuasan pelanggan adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu. Sedangkan menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Sehingga untuk mencapai tersebut perusahaan harus melakukan perubahan, baik dari faktor teknologi maupun dari sumberdaya manusia.

PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang pelayanan jasa bongkar muat. Khususnya bongkar muat petikemas atau container untuk keperluan pengiriman barang dalam jumlah besar dan yang memerlukan penanganan khusus. Perusahaan yang bergerak dibidang seperti ini lebih cenderung mengutamakan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Adanya perusahaan sejenis maka pelanggan memiliki ekspektasi (harapan) yang tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, jika pelayanan yang diberikan tidak mampu memenuhi permintaan pelanggan atau kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan akan berpindah ke perusahaan lain yang sejenis.

Pengukuran penilaian kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh Terminal Petikemas Bitung pada Pelanggan harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang terbaik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta untuk meminimalisasikan masalah-masalah yang terjadi. Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan sehingga menjadi hal sensitive dalam perusahaan.

Bagian loket pelayanan memiliki peran penting pada jalannya kegiatan perusahaan, untuk itu bagian loket pelayanan ini membutuhkan perhatian khusus dikarenakan menyangkut pelayanan apa yang terbaik yang akan diberikan bagi Pelanggan. Dengan adanya sistem pelayanan yang baik dapat mencerminkan nama baik perusahaan atau organisasi keseluruhan Terminal Petikemas Bitung. Sesuai dengan pengamatan yang penulis lakukan selama ditempatkan pada bagian loket pelayanan kurang lebih 3 bulan, penulis melihat dan mengamati kualitas pelayanan yang ada di loket pelayanan dengan mengacu dari lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006) yaitu: 1). *Tangibels* atau bukti fisik seperti, kebersihan dan kerapian fisik dari petugas loket pada saat melayani pelanggan. Petugas loket pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dalam kesehariannya melayani pelanggan tidak terlalu memperhatikan penampilan fisik mereka, sesuai yang penulis lihat, penampilan dari petugas loket pada saat melayani pelanggan sangat tidak rapi, petugas loket mondar mandir hanya memakai sandal, dengan keadaan rambut yang tidak terlihat seperti petugas loket pelayanan pada umumnya. Seperti yang

kita ketahui bersama bagian loket pelayanan adalah bagian dimana petugas berhadapan langsung dengan pelanggan sehingga sangat penting untuk memperhatikan kerapian fisik dari masing-masing petugas loket pelayanan. 2). *Reliability* atau keandalan seperti, kecepatan petugas loket dalam melayani pelanggan. Penulis melihat kecepatan petugas loket saat melayani pelanggan masih sangat kurang, karena disaat pelayanan dilakukan petugas loket lebih sering berbincang-bincang dengan pelanggan dari pada fokus pada tugas dan tanggung jawab mereka untuk melayani pelanggan. 3). *Responsiveness* atau daya tanggap seperti, kecepatan merespon pelanggan yang baru datang. Sering kali petugas loket tidak cepat tanggap dalam melayani pelanggan yang baru datang, dikarenakan banyak pelanggan yang hanya menggunakan jasa petugas loket satu dan dua karena lebih dekat dengan pintu masuk sehingga sebagian besar pelanggan sudah memenuhi area depan petugas loket satu dan dua yang menyebabkan petugas loket 3 lebih banyak nganggur dan bukannya merespon pelanggan lain yang belum mendapat pelayanan, petugas loket lebih memilih bermain-main HP dari pada melayani pelanggan lain yang ada. 4). *Assurance* atau jaminan seperti, keramahan dalam melayani pelanggan. Petugas loket sering kali melupakan hal tersebut dikarenakan sering kehilangan kontrol pada saat ada pelanggan yang meminta penjelasan ulang tentang prosedur yang ada dari petugas loket sehingga memancing emosi petugas loket karena harus mengulangi penjelasannya. 5). *Empathy* seperti, kesungguhan petugas loket dalam merespon permintaan pelanggan. Sesuai pengamatan yang penulis lakukan, petugas loket pelayanan tidak mempunyai kesungguhan dalam merespon setiap permintaan

pelanggan, rasa empati dari masing-masing petugas loket tidak terlihat pada saat mereka melayani setiap pelanggan karena lebih sering mementingkan kesenangan diri sendiri. Locket pelayanan memcerminkan visi dan misi perusahaan karena menyangkut pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya sehingga harus terlihat selayaknya loket pelayanan.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Seperti mengucapkan salam ketika ada Pelanggan yang datang serta menanyakan keperluan mereka, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada Pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Perilaku yang sopan dari petugas loket saat melayani Pelanggan juga sangat penting serta siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan maupun keluhan dari para Pelanggan, sehingga konsumen merasa dihargai dan diperhatikan. Tapi di dalam loket pelayanan banyak ditemukan kegiatan yang tidak selayaknya dilakukan disela-sela jam kerja, petugas loket sering bermain-main, bercanda, makan-makan dan menonton film disaat jam kerja yang menyebabkan keributan-keributan pada area sekitaran loket. Sikap dari petugas loket yang sering bermain-main handphone dan menonton disela-sela jam kerja mengakibatkan ketidaksadaran petugas loket akan keberadaan pengguna jasa yang sudah ada dan menunggu di depan loket pelayanan karena keasikan bermain dan menonton. Sehingga mengakibatkan ketidakpuasan dari para Pelanggan. Dalam bentuk kekecewaan dan ketidakpuasan akan pelayanan dari petugas loket, Pelanggan sering marah-marah di depan loket yang seringkali kehilangan kontrol diri sehingga menimbulkan keributan-keributan kecil di loket. Pelanggan juga

sering menyampaikan keluhannya secara langsung kepada pimpinan di atas terkait sikap dari petugas loket tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengangkat judul penelitian: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PELABUHAN INDONESIA IV (PERSERO) TERMINAL PETIKEMAS BITUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, diidentifikasi bahwa permasalahan yang terjadi adalah:

1. Kebersihan dan kerapian fisik dari petugas loket pada saat melayani pelanggan.
2. Kecepatan petugas loket dalam melayani pelanggan.
3. Kecepatan merespon pelanggan yang baru datang.
4. Keramahan dalam melayani pelanggan.
5. Kesungguhan petugas loket dalam merespon permintaan pelanggan.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang disampaikan dalam latar belakang penelitian diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelayanan yang ada di PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung?

1.4 Pembatasan Masalah

Dari perumusan masalah yang telah dipaparkan, diperoleh dimensi permasalahan yang begitu luas sehingga penulis melakukan pembatasan masalah agar mengatasi keterbatasan kemampuan dan waktu. Penelitian dibatasi hanya pada divisi operasional khususnya bagian loket pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan urain pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelayanan yang ada di PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam memajukan pengembangan ilmu pengetahuan pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah di lapangan dan untuk mempertajam pengetahuan serta penulis belajar memecahkan masalah secara ilmiah yang terkait dengan kompetensi yang dipelajari.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TERIOTIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau akan menyebarkan rasa puasnya ke calon pelanggan lain sehingga akan menaikkan reputasi perusahaan sebagai si pemberi jasa. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, sesungguhnya ketidakpuasan pelanggan tersebut dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasanya yang tidak mampu memenuhi standar dari konsumen.

Beberapa definisi kepuasan pelanggan, diantaranya adalah Tse dan Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (1995) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

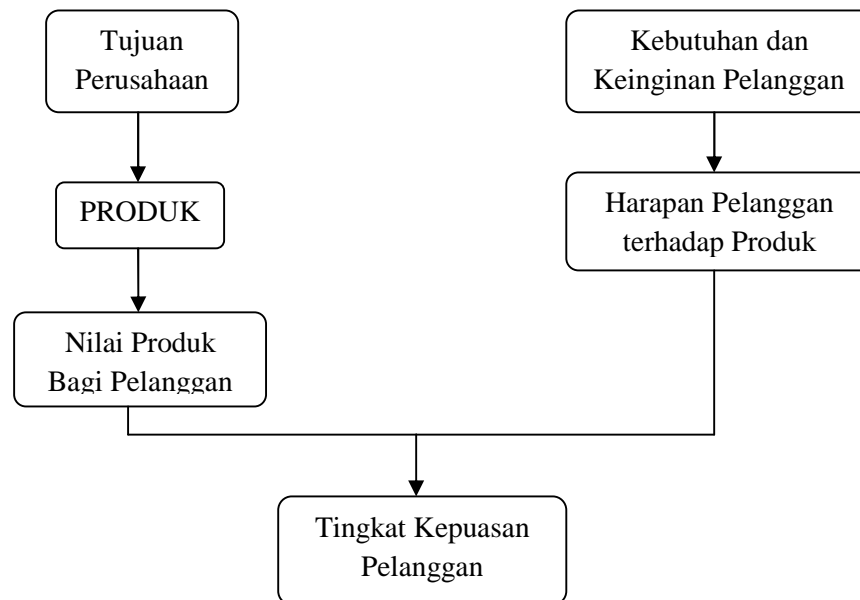
Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*statis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*Factio*” (artinya melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjptono, 2005).

Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Dari definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian. Pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidak puasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah terdapat dalam benak atau pemikiran mereka. Kepuasan pelanggan dapat menuju terwujudnya konsumen yang loyal dan setia.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Gambar 1
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Tjiptono, 2008

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli diatas, bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membantu membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Menurut Rangkuti (2002), mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh:

1. *Desire Service* (Keinginan Layanan)

Desire Service adalah pelayanan yang diharapkan akan diterima oleh pelanggan.

2. *Adequate Service* (Layanan yang memadai)

Adequate Service adalah pelayanan yang cukup dapat diterima atau tanggapan pelanggan menerima pelayanan.

Menurut Kotler (2000), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

2. Survey kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. *Ghost Shopper*

Metodi ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sehingga koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Metodi ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggan yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan didalam menentukan kepuasan menurut Kotler (dalam Prabowo, 2011) yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi kuat terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi satu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menurut perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (2006).

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (2005) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005).

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2000). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

K. Ishikawa (Suardi, 2003) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berarti kepuasan pelanggan. Dalam hal ini kualitas merupakan suatu solusi yang tepat bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dari perusahaan terutama dalam hal pelayanan. *International Organization for Standardization* atau yang dikenal dengan ISO (Suardi, 2003) mendefinisikan kualitas sebagai derajat atau tingkat karakteristik yang melekat pada produk yang mencukupi persyaratan atau keinginan. Arti derajat atau tingkat menandakan bahwa selalu terdapat peningkatan setiap saat. Sedangkan karakteristik pada istilah tersebut berarti hal-hal yang dimiliki produk tersebut.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menempatkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004).

Berdasarkan uraian sejumlah pendapat yang ada diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas karakteristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan, dan tolak ukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan.

Gronross dalam (Tjiptono, 2005) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersiapkan baik, yakni sebagai berikut:

1. *Professionalism and skill*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, system operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcome-related criteria*).
2. *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personnel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah (*process-related criteria*).
3. *Accessibility and Flesibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan system operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengases jasa tersebut dengan mudah., selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes (*process-related criteria*).
4. *Reliability and Trustworthiness*. Pelanggan merasa bahwa apa pun yang terjadi atau disepakati mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta

karyawan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (*processrelated criteria*)

5. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*process-related criteria*)
6. *Reputation and Credibility*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai tambahan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan (*image-related criteria*)

2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006), yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya

para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

2.1.4 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang dapat didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan. Oleh sebab itu, kepemimpinan yang baik berdampak terhadap peningkatan kualitas.

2. Pendidikan

Pendidikan mengenai kualitas sangat diperlukan, baik oleh manajemen puncak maupun karyawan. Konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas merupakan aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam pendidikan.

3. Perencanaan

Perencanaan sangat diperlukan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain. Komunikasi yang baik dan lancar harus selalu dilakukan, baik terhadap pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

6. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.2 Hubungan Antar Variabel

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah dimana kepuasan dapat terbentuk dengan adanya keinginan dan kemampuan dari pemberi jasa yang melayani para konsumennya dengan sebaik mungkin yang tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono (2005 :111) mengemukakan lima faktor dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu *Responsiveness* (Ketanggapan), *Reability* (keandalan), *Empaty* (Empati), *Assurance* (Jaminan), *Tangible* (Bukti langsung)

Dijelaskan pula oleh Irawan (2005) (dalam Sudirman 2011) bahwa banyak studi dalam bidang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah memberikan kesimpulan yang jelas. Kegagalan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan 70% adalah karena faktor human, sedangkan faktor teknologi dan sistem hanya memberikan kontribusi sekitar 30%. Oleh karena itu, perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan hanya menfokuskan kepada perubahan teknologi, akan kecewa pada

akhirnya apabila tidak mempersiapkan infrastruktur lain yang lebih penting, yaitu attitude karyawan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan, pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya dengan asumsi pelanggan yang tidak puas . Kesimpulan, apabila kepuasan pelanggan dapat tercapai, maka akan diperoleh beberapa manfaat yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Mendorong terciptanya loyalitas dan kesetiaan pelanggan terhadap jasa yang dihasilkan.
3. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.
4. Reputasi perusahaan menjadi baik dikalangan para pelanggan.
5. Pangsa pasar dan laba perusahaan akan meningkat.

2.3 Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

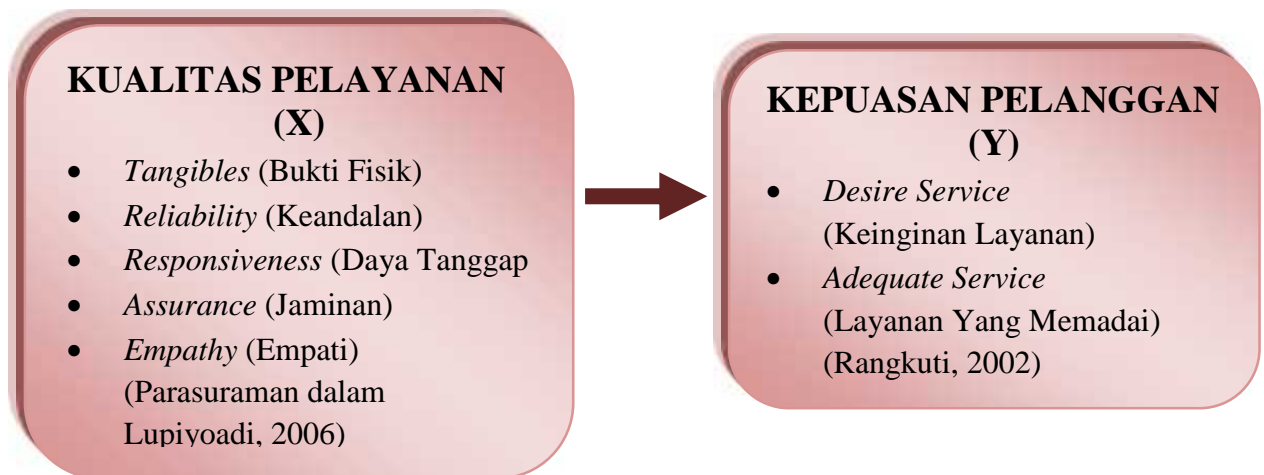
1. Pricylia Kalalo (2012) dengan judul: Analisis Kualitas Pelayanan *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. BNI 46 (Persero) Tbk Kantor

Wilayah Manado, metode yang digunakan yaitu metode deskriptif-survei dengan model pengukuran kualitas jasa *servqual* (Tjiptono, 2000) yang menganalisis lima kesenjangan pada dimensi utama kualitas jasa yaitu: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Data dikumpulkan melalui wawancara dan angket. Sampel diambil berjumlah 60 responden dari pengunjung yang datang di PT. BNI 46 (Persero) Tbk Kantor Wilayah Manado yang diambil berdasarkan Purposive Random Sampling. Data dianalisis menggunakan analisa *servqual*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Bernadine, dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Study kasus pada Rumah Makan Pondok laras di Kelapa Dua, Depok” didapatkan hasil bahwa kualitas layanan rumah makan pondok laras berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Penelitian yang dilakukan Yulisha Anggun Widyasari dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Graha Santika Semarang” dengan variabel-variabel penelitian adalah fasilitas, pelayanan dan kepuasan konsumen didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

2.4 Alur Pikir

Gambar 2.
Alur Pikir



Sumber: Data Olahan 2015

2.5 Hipotesis

Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

“Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan pada PT.

Pelabuhan Indonesia IV (persero) Terminal Petikemas Bitung”

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Gambar 3
Terminal Petikemas Bitung (TPB)



Sumber: Data Perusahaan TPB

Terminal Petikemas Bitung (TPB) diresmikan pada tanggal 12 Oktober 2004 oleh Presiden RI ke 5 yaitu Megawati Soekarno Putri, kegiatan pengoperasian perdana bongkar muat dimulai pada tanggal 19 Februari 2005 dengan melayani MV. Ayer Mas milik perusahaan pelayaran PT. Tempuran Emas, Tbk. Untuk pelaksanaan kegiatan bongkar muat, Pelindo melibatkan pihak swasta sebagai mitra kerja yaitu PT. Cahya Saguna Niketana - PT. Transindo, JO yang bertanggung jawab dalam penyediaan dan pemasangan alat bongkar muat

petikemas, menyediakan operator yang memenuhi syarat dan siap selama 24 jam, menyediakan material, suku cadang dan pemeliharaan terencana sehingga dapat menjamin kesiapan alat (equipment availability) minimum 90 % selama 21 jam siap operasi, menjamin kesiapan operasi CC, RTG dan peralatan bongkar muat pendukung lainnya secara berkesinambungan minimum 21 jam sehari dengan target produktivitas minimal 20 box/CC/jam serta memberikan pelayanan yang efektif selama 24 jam serta pengaturan petikemas di lapangan selama kegiatan bongkar muat berlangsung.

Gambar 4
Kegiatan Bongkar Muat TPB



Sumber: Data Perusahaan TPB

Adapun fasilitas yg dimiliki adalah Dermaga 182 meter, Lapangan Penumpukan (CY) 30.000 m², Container Freight Station 1.200 M², perbengkelan (workshop), Gate In / Out, Office Gate, Reefer Plug 64 plugs dan fasilitas2 lainnya

sebagai sebuah Terminal Petikemas. Sedangkan peralatan yang dimiliki antara lain: 1 unit Container Crane, 2 unit Rubber Tyred Gantry, 7 unit Head Truck dimana 4 unit Head Truck milik CSN-Transindo & 3 unit milik Pelindo, 9 unit Chasis terdiri dari 4 unit chasis 40' & 2 unit chasis 45' milik CSN dan 3 unit chasis 40' milik Pelindo, 2 unit Reach Stacker milik Pelindo, forklift 5 ton 2 unit & 3 ton 1 unit milik Pelindo, serta tronton 2 unit milik Pelindo. Di awal pengoperasiannya pada tahun 2005 realisasi pencapaian arus trafik petikemas sebesar 17.520 box, kemudian dengan jumlah kunjungan kapal sebanyak 32 call maka pada tahun 2006 realisasi trafik petikemas sebesar 44.957 box dengan jumlah call sebanyak 89 call kapal atau naik 256,60 %, pada tahun 2007 kunjungan kapal petikemas sebanyak 103 call dengan jumlah trafik petikemas sebanyak 55.619 atau naik sebesar 123,72 % dari tahun 2006 dan pada tahun 2008 realisasi sebanyak 143,93 % dengan jumlah kunjungan kapal sebanyak 113 call.

Gambar 5
Fasilitas Dermaga TPB



Gambar 6
Fasilitas Lapangan Penumpukan TPB



Sumber: Data Perusahaan TPB

Karena perkembangan TPB yang cukup mengembirakan maka pada pertengahan tahun 2007 atas kebijakan Direksi maka TPB telah menambah 1 unit CC dan 2 unit RTG yang merupakan milik Pelindo dan memperpanjang fasilitas dermaga menjadi 292 meter yang memungkinkan TPB dapat disandari oleh 2 kapal sekaligus.

Pangsa pasar perusahaan pelayaran di TPB antara lain adalah PT. Tempuran Emas sebesar 74,92 %, PT. Jayakusuma sebesar 24,13 %, PT. Tanto sebesar 0,67 % dan PT. Jasatrans sebesar 0,28 %.

Untuk lebih memperluas pangsa pasar maka pada tahun 2009 tepatnya pada bulan April 2009, TPB telah berhasil menarik 2 perusahaan pelayaran yang cukup besar di Indonesia yaitu PT. Meratus Lines dan PT. Mentari Sejati

Perkasa. Realisasi pangsa pasar sampai dengan bulan September tahun 2009 adalah PT. Temas : 54,66 %, PT. Jayakusuma : 25,67 %, PT. Meratus : 16,60 %, PT. Mentari SP : 2,61 % dan PT. Jasatrans : 0,46 %. Disamping Fasilitas dan peralatan yang makin lengkap dan modern TPB juga melakukan pembenahan dari segi pelayanan kepada pengguna jasa dibuktikan dengan keberhasilan TPB meraih sertifikat ISO 9000-2001 pada akhir tahun 2008 sebagai bukti bahwa TPB adalah salah satu perusahaan penyedia jasa pelayanan bongkar muat petikemas di Indonesia yang diakui dan berstandar internasional dan diterapkannya ISPS CODE.

Gambar 7
Kegiatan Pelayanan Kepada Pelanggan di Loket TPB



Sumber: Data Perusahaan TPB

Untuk lebih mengoptimalkan kinerjanya, maka sejak tanggal 1 April 2009 Direksi mengambil kebijakan untuk mulai melakukan pemisahan manajemen

yang terkait baik dari sisi Operasional, Keuangan, Teknik dan SDM antara cabang bitung dan terminal petikemas bitung sendiri.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan jasa kepelabuhanan berstandar internasional yang mandiri, sehat dan mendukung kesinambungan sistem transportasi nasional.

b. Misi

1. Mengembangkan usaha yang dapat memberikan keuntungan optimal bagi pemegang saham.
2. Mendorong percepatan pengembangan wilayah Pelindo IV.
3. Memberikan pelayanan jasa yang berkualitas, tepat waktu dengan tarif layak,
4. Mengembangkan kompetensi, komitmen dan meningkatkan kesejahteraan SDM.

4.1.3 Bidang Usaha

PT. Pelindo IV Terminal Petikemas Bitung merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang pelayanan jasa bongkar muat khususnya bongkar muat Petikemas atau container untuk keperluan pengiriman Barang dalam jumlah besar dan yang memerlukan penanganan khusus. Didalamnya juga terdapat tugas pokok dan fungsi perusahaan yaitu:

1. Tugas Pokok

Menyediakan jasa pelayanan jasa bongkar muat barang dalam Petikemas serta penanganan pengiriman Petikemas yang mendukung kesinambungan transportasi nasional.

2. Fungsi Perusahaan

- a. Pemberian jasa bongkar muat barang dalam Petikemas
- b. Pemberian jasa penanganan pengiriman Petikemas
- c. Memberikan kepuasan kepada konsumen dan mitra kerja lainnya khususnya yang bergerak di bidang ekspor dan import.
- d. Mendukung kesinambungan transportasi nasional maupun internasional guna meningkatkan devisa negara melalui proses ekspor maupun import.

4.1.4 Sumber Daya Perusahaan

a. Sumber Daya Manusia

PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung memiliki karyawan-karyawan yang terdiri dari golongan karyawan organik dan outsourcing (oc) dari 4 divisi yakni, divisi SDM & Umum, divisi operasional, divisi keuangan, serta divisi teknik.

Karyawan organik adalah karyawan yang telah diangkat menjadi karyawan tetap melalui prosedur tes pada pembukaan penerimaan karyawan

baru. Sedangkan karyawan outsourcing (oc) adalah karyawan yang belum diangkat menjadi karyawan tetap atau biasa dikenal dengan karyawan kontrak.

Keseluruhan jumlah karyawan organik maupun outsourcing pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dari 4 divisi yang ada didalamnya dapat dilihat rinciannya pada table dibawah ini:

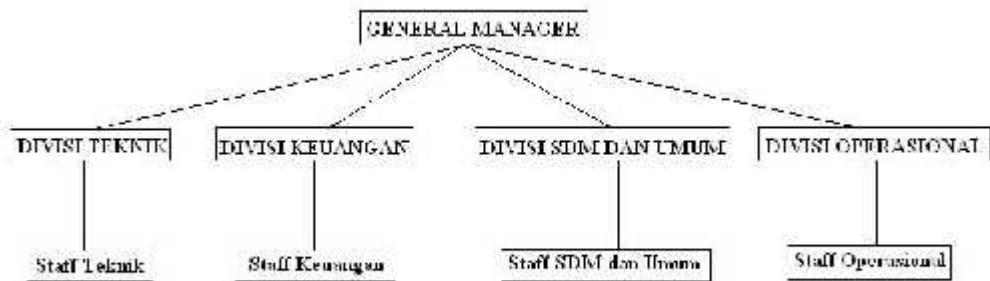
Tabel 6
Keseluruhan Jumlah Karyawan TPB

No	Divisi	Karyawan Organik	Karyawan Outsourcing	Jumlah
1.	SDM & Umum	8	-	8
2.	Operasional	54	85	139
3.	Keuangan	10	1	11
4.	Teknik	8	3	11
Jumlah		80	89	169

Sumber: Data Perusahaan TPB

4.1.5 Organisasi Perusahaan

Gambar 8
Struktur Organisasi TPB



Sumber: Data Perusahaan TPB

4.1.6 Job Description

Dalam organisasi setiap jabatan yang dimiliki selalu mempunyai tugasnya masing-masing yang menjadi tanggung jawab. Berikut uraian dari masing-masing jabatan yang ada di PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.

1. General Manager

- a. Menetapkan program kerja bidang audit internal perusahaan
- b. Menetapkan metode kerja yang sesuai pada unit kerjanya guna melaksanakan tugasnya secara ekonomis, efisien dan efektif.
- c. Membina, mengarahkan dan menilai kinerja para bawahannya
- d. Menandatangani (*countersign, acknowledgement, approval*) dokumen-dokumen sesuai kewenangannya yang terkait di bidang audit internal perusahaan.

2. Manager SDM & Umum

- a. Keuangan & Pasar
 - Melaksanakan Pengendalian Bidang PUM
- b. Fokus Pelanggan
 - Menindak lanjuti Hasil temuan SPI
 - Menindak lanjuti Hasil temuan KAP
- c. Fokus Tenaga Kerja
 - Mengatur jumlah pelaksanaan Coaching and Counseling kepada staff

- Melakukan PKM terkait pengelolaan SDM, Administrasi Umum, Hukum Humas, Pengamanan dan Kerumahtanggaan dan K3
- Melaksanakan Pemantauan terhadap penyelesaian penilaian KPI bulanan.

3. Manager Operasional

a. Keuangan & Pasar

- Melakukan pengawasan dan pengendalian semua biaya terkait dengan bidang perencanaan dan operasi
- Melakukan pengawasan terhadap percepatan proses pembuatan nota kepada pengguna jasa
- Meningkatkan pendapatan pelayanan petikemas

b. Fokus Pelanggan

- Melakukan tindaklanjut hasil temuan audit KAP
- Melakukan tindaklanjut hasil temuan audit SPI
- Melakukan tindaklanjut terhadap laporan keluhan mitra
- Menjamin produktivitas pelayanan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

c. Efektivitas Produk Dan Proses

- Melakukan pengawasan dan perencanaan terhadap kegiatan bongkar muat sehingga tercapai target produktivitas yang telah ditetapkan.
- Membuat perencanaan tambatan kapal sehingga pemanfaatan dermaga optimal.

d. Fokus Tenaga Kerja

- Menentukan jumlah pelaksanaan Coaching and Counseling kepada staff.

4. Manager Keuangan

a. Keuangan & Pasar

- Melaksanakan pengawasan proses penerbitan nota tagihan termasuk pengadministrasiannya.
- Mengupayakan perbaikan CP secara terus menerus
- Pelunasan nota tagihan dari pengguna jasa sedapat mungkin melalui Bank, Jika tidak melalui kasir, serta berkoordinasi dengan Kantor Pusat kemungkinan/pejuang perbaikan sistem pembayaran (e_payment)
- Melakukan pengawasan terhadap kas perusahaan dan piutang usaha (nota asli)
- Melakukan inventarisasi piutang-piutang bermasalah (macet) serta mengupayakan penyelesaiannya melalui penjadualan kembali atau melalui mekanisme penghapusan piutang usaha
- Membantu GM dalam rangka penciptaan kinerja cabang lebih optimal serta menyediakan Sumber Daya yang dibutuhkan dalam upaya pengembangan bisnis (ekstensifikasi usaha)

b. Fokus Pelanggan

- Menindaklanjuti Hasil temuan SPI
- Menindaklanjuti Hasil temuan KAP

c. Fokus Tenaga Kerja

- Mengatur jumlah Pelaksanaan Coaching and Counseling kepada Staff
- Melaksanakan PKM terkait Bidang Keuangan
- Melaksanakan Pemantauan terhadap Penyelesaian penilaian KPI Bulanan

5. Manager Teknik

a. Keuangan & Pasar

- Membuat anggaran pemeliharaan suprastruktur
- Melakukan kontrol terhadap biaya pemeliharaan infrastruktur
- Melakukan kontrol terhadap biaya pemeliharaan suprastruktur

b. Fokus Pelanggan

- Menyelesaikan temuan KAP
- Menyelesaikan temuan SPI

c. Efektivitas Produk & Proses

- Membuat program pemeliharaan infrastruktur
- Membuat program pemeliharaan suprastruktur
- Melakukan pemeliharaan terhadap infrastruktur
- Melakukan pemeliharaan terhadap suprastruktur
- Membuat program lingkungan
- Melakukan pengurusan dokumen lingkungan kepada instansi terkait

d. Fokus Tenaga Kerja

- Melakukan coaching dan counseling bagi para karyawan
- Membuat KPI individu staf per-bulan

e. Kepemimpinan, Tata Kelola & Tanggung Jawab Kemasyarakatan

- Membuat program investasi infrastruktur
- Membuat program investasi suprastruktur
- Melakukan investasi terhadap infrastruktur
- Melakukan investasi terhadap suprastruktur

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dengan sampel penelitian kepada pelanggan yang telah melakukan transaksi. Berdasarkan data yang diperoleh, maka berikut ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian.

Kuisisioner yang disebarakan 53 eksemplar, semua kuisisioner memenuhi kriteria. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Dalam kuisisioner responden tidak perlu mencantumkan identitas pribadi untuk kerahasiaan informasi yang diberikan responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin, pelanggan dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuisisioner yang disebarakan ditemukan bahwa pelanggan laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang dengan tingkat persentase 70% dan pelanggan perempuan

sebanyak 16 orang dengan tingkat persentase 30%. Adapun karakteristik pelanggan dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	37	70%
2	Perempuan	16	30%
Jumlah		53	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2015

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, pelangganyang paling banyak melakukan transaksi di loket pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitungadalah mereka yang berada pada range usia 30 -39 tahun sebanyak 26 orang dengan tingkat persentase 49%, diikuti usia 20 – 29 tahun yaitu sebanyak 12 orang dengan tingkat persentase 23%, kemudian usia 40 – 49 tahun yaitu sebanyak 7 orang dengan tingkat persentase 13%, kemudian usia >50 tahun yaitu sebanyak 5 orang dengan tingkat persentase 9%, selanjutnya usia <20 tahun sebanyak 3 orang dengan tingkat persentase 6%. Dimana jumlah pelanggan berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 9 berikut :

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<20 Tahun	3	6%
2	20 – 29 Tahun	12	23%
3	30 – 39 Tahun	26	49%
4	40 – 49 Tahun	7	13%
5	>50 Tahun	5	9%
Jumlah		53	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2015

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden-responden yang menggunakan jasa pada Terminal Petikemas Bitung memiliki jenis pekerjaan yang bervariasi, dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 4 orang dengan persentase sebesar 8%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai/karyawan berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar 30%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai wirausaha berjumlah 23 orang dengan persentase sebesar 43%, sedangkan responden dengan jenis pekerjaan sebagai sopir berjumlah 10 orang dengan persentase 19%. Dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai wirausaha lebih banyak menggunakan jasa di Terminal Petikemas Bitung. Data pada tabel 10 dibawah ini:

Tabel 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	4	8%
2	Pegawai/Karyawan	16	30%
3	Wirausaha	23	43%
4	Sopir	10	19%
Jumlah		53	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2015

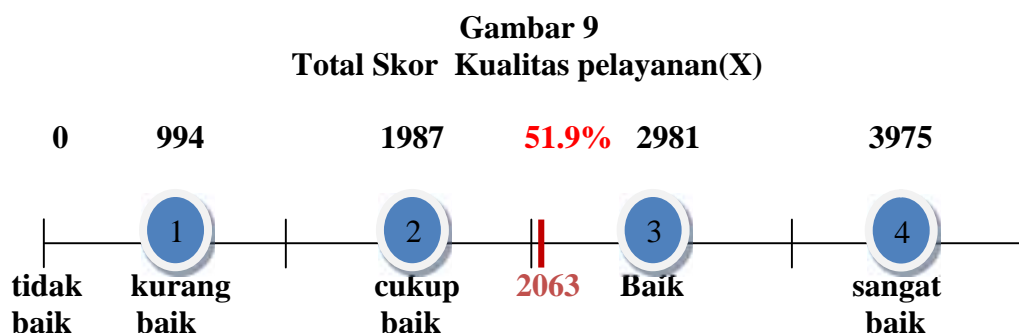
4.2.2 Total Skor Jawaban

Untuk mengetahui seberapa besar jawaban responden dari masing-masing variabel beserta jawaban setiap instrument dari 53 responden dalam hal ini Kualitas pelayanan(X), serta Kepuasan pelanggan(Y) maka peneliti akan mengkaji seberapa baik total skor dari jawaban responden yang terkait dengan penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Total Skor Kualitas pelayanan (X)

Instrumen penelitian untuk variabel Kualitas pelayanan sebanyak 15 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1 – 5, dan jumlah responden sebanyak 53 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 15 \times 53 = 3975$. Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 15 dan jumlah responden = 53.

Jumlah skor hasil jawaban responden untuk variabel Kualitas pelayanan dari 53 responden berjumlah=3975. Dengan demikian Kualitas pelayanan menurut persepsi 53 responden itu = $2063 : 3975 = 51.9\%$ berdasarkan jawaban responden . Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Data Olahan 2015

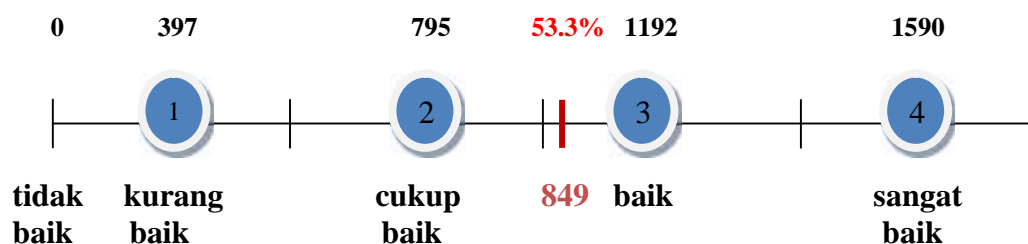
Total skor untuk variabel Kualitas pelayanan (X) berjumlah : 2063 termasuk dalam kategori interval diantara cukup baik dan baik namun lebih mendekati “ cukup baik”. Dari hasil analisis tentang skor jawaban responden baru 51.9% hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan masih terletak pada kwadran III artinya masih perlu dimaksimalkan dalam menunjang Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. .

2. Total Skor Kepuasan pelanggan (Y)

Instrumen penelitian untuk variabel Kepuasan pelanggan sebanyak 6 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1 – 5, dan jumlah responden sebanyak 53 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 6 \times 53 = 1590$. Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 6 dan jumlah responden = 53.

Jumlah skor hasil jawaban responden untuk variabel Kepuasan pelanggan dari 53 responden berjumlah = 1590. Dengan demikian kepuasan pelanggan menurut persepsi 53 responden itu = $849 : 1590 = 53.3 \%$ berdasarkan jawaban responden . Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

Gambar 10
Total Skor Kepuasan pelanggan(Y)



Sumber: Data Olahan 2015

Total skor untuk variabel Kepuasan pelanggan(Y) berjumlah : 849 termasuk dalam kategori interval cukup baik dan baik namun lebih mendekati “cukup baik” yang terletak pada Kwadran III. Dari hasil analisis tentang skor jawaban responden baru 53.3% hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung, sudah baik namun perlu ditingkatkan sampai mencapai hasil yang maksimal.

4.2.3 Analisis Deskriptif Statistik

Hasil analisis deskriptif untuk melihat proses penyebaran data berdasarkan ukuran gejala pusat dari variabel Kualitas pelayanandanKepuasan pelanggan dari jawaban angket responden. Sebelum melakukan analisis maka terlebih dahulu variabel-variabel penelitian dideskripsikan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel. Data yang dikumpulkan dari 53 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan dideskripsikan dengan bantuan fasilitas Data Analysis dari Microsoft Excel. Hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel berikut :

Tabel 10
Deskripsi Variabel Penelitian

Statistik Deskriptif	Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Mean	38.925	16.019
Standard Error	1.779	0.564
Median	38	15
Mode	40	17
Standard Deviation	12.951	4.107
Sample Variance	167.725	16.865
Kurtosis	0.645	0.091
Skewness	0.410	0.826
Range	51	15
Minimum	15	11
Maximum	66	26
Sum	2063	849
Count	53	53

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015

Untuk penjelasan deskriptif statistic penelitian mengenai variable Kualitas pelayanan dan variabel Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Deskripsi Variabel Kualitas pelayanan (X)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik pada tabel 7 diperoleh nilai Maximum 66 dan Minimum 15 serta nilai Sample Variance 167.725 dengan nilai Standard Error 1.779. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai Mean 38.925. Kualitas pelayanan disekitar nilai Median 38. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan kepada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung terdistribusi belum normal dengan Standard Deviation 12.951. Dengan

kata lain, Kualitas pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung kurang baik.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik pada tabel 7 diperoleh nilai Maximum 26 dan Minimum 11 atau memiliki Range 15 serta nilai Sample Variance 16.865 dengan nilai Standard Error 0.564. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai Mean 16.019. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung belum terdistribusi dengan normal dengan Standard Deviation 4.107. Dengan kata lain, Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung belum maksimal.

4.2.4 Analisis Regresi dan Korelasi

Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dapat dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang saling berinteraksi secara kompleks.

Dengan menggunakan kuesioner (terlampir) yang diberikan kepada 53 pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung diperoleh data dan ditabulasi menurut variabel penelitian. Data yang terkelompok menurut variabel tersebut dianalisis dengan bantuan fasilitas Data Analysis

Microsoft excel. Pembuktian Hipotesis, dalam penelitian ini dihipotesiskan bahwa: "Diduga bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung". Hasil analisis antar variabel Kualitas pelayanan (X) dengan Kepuasan pelanggan karyawan (Y) diperoleh dapat dilihat pada tabel 12 sebagai berikut :

Tabel 11
Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan (X)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

SUMMARY
OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.612905
R Square	0.375653
Adjusted R Square	0.363411
Standard Error	3.276597
Observations	53

ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	329.4405	329.4405	30.68534	1.07E-06
Residual	51	547.5406	10.73609		
Total	52	876.9811			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>
Intercept	8.453826	1.437923	5.879191	3.17E-07	5.567074
KUALITAS PELAYANAN (X)	0.194352	0.035085	5.539435	1.07E-06	0.123915

Sumber : Hasil Olahan Data 2015

Untuk jelasnya hasil analisis korelasi dan regresi dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

- Koefisien Korelasi : $r = 0.612$
- Koefisien Determinasi : $r^2 = 0.375$
- Persamaan Regresi : $Y = 8.453 + 0.194 X$

Nilai koefisien korelasi $r = 0.612$ menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.

Nilai koefisien determinasi $r^2 = 0.375$ menunjukan bahwa Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dipengaruhi Kualitas pelayanan sebesar 37.5%, sedang sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis didalam penelitian ini menggunakan uji t. Pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis secara indifidu dilakukan dengan membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} . Angka t_{tabel} dicari setelah diketahui tingkat signifikansi dan derajat kebebasan.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 5% = 0.05, dan derajat kebebasan $df = n-1-1$ atau $53-1-1 = 51$. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1.684 (dilihat pada lampiran t_{tabel}).

H_0 = Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H_a = Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikan 0.05. Berdasarkan data t_{hitung} diatas menunjukkan t_{hitung} sebesar 5.539 sedangkan hasil t_{tabel} 1.684. Melihat data diatas berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.539 > 1.684$) maka H_0 ditolak. Dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Dari perhitungan di atas, diperoleh konstanta $a = 8.453$ dan koefisien arah regresi $b = 0.194$ dengan adanya hasil ini, maka persamaan garis regresi dari kualitas pelayanan (X) atas Kepuasan pelanggan (Y) adalah :

$$Y = 8.453 + 0.194 X$$

Persamaan regresi antara variabel Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) adalah $Y = 8.453 + 0.194X$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelayanan ditentukan oleh kualitas pelayanan petugas loket pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. koefisien regresi variabel X sebesar 0.194 menunjukkan apabila kualitas pelayanan petugas

loket ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0.194 satuan kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 8.453 menunjukkan bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan maka besar skor kepuasan pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung adalah 8.453.

Dari hasil hipotesis, berdasarkan data t_{hitung} , menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 5.539 dan t_{tabel} menunjukkan sebesar 1.684. Melihat hasil diatas berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.539 > 1.684$). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 dan terima H_a . Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.

Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan pelanggan terhadap kualitiitas pelayanan sesuai dengan indikator *Tangibles*; dari ke 3 butir pertanyaan responden menyatakan ke 2 dan tiga, nilai skor terendah yaitu 2.21% dan 1.92% dari keseluruhan jawaban responden yang berjumlah 53 orang, ruang tunggu yang digunakan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung belum terjamin kerbersihanya sehingga menyebabkan ketidaknyamanan dari para pelanggan pada saat melakukan transaksi, oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan masalah kebersihan ruangan tunggu dengan mengontrol setiap tugas dari cleaning service. Petugas loket dinilai belum rapi sehingga tidak enak untuk dipandang, seharusnya berpenampilan rapi dan sopan akan enak dipandang dan menarik saat pelanggan melakukan transaksi. Hal

ini sependapat dengan Gronross dalam Tjiptono, 2005 yang mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yaitu *Professionalism and skill*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, system operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcome-related criteria*).

Indikator *Reliability*; juga mendapatkan hasil terendah yaitu 2.18%. Pelanggan menilai pelayanan yang diberikan belum memuaskan dikarenakan banyak faktor yang belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Pihak perusahaan dalam hal ini divisi operasional yang bertanggung jawab langsung dengan bagian loket pelayanan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang ada seperti pelayanan yang cepat dan tepat serta keseriusan petugas loket pada saat sedang melayani pelanggan. Penanggung jawab loket yang bertugas mengontrol setiap aktivitas kerja petugas loket harus lebih teliti serta bisa memberikan arahan dan motivasi agar pelayanan dilakukan dengan serius karena hal ini bisa berdampak pada pertimbangan pelanggan untuk menggunakan jasa kembali di PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Hal ini dijelaskan pada prinsip-prinsip kualitas pelayanan, dimana didalamnya terdapat prinsip *Review* yaitu merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

Indikator *Responsiveness*; memiliki hasil yang rendah juga dengan hasil jawaban responden sebesar 1.98%. Kemampuan petugas loket dalam memberikan informasi kepada pelanggan dinilai belum maksimal, sehingga banyak pelanggan

yang kurang paham dengan prosedur dan peraturan dalam melakukan transaksi. Petugas loket perlu mendapatkan pelatihan yang mendalam tentang prosedur yang ada di loket pelayanan agar mereka lebih memahami sehingga petugas loket bisa memberikan informasi kepada pelanggan dengan baik dan tepat. Dari hasil yang ada pada indikator kualitas pelayanan diatas bisa berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ini akan kecewa dan dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai complain atas ketidakpuasannya dan akan mempengaruhi citra dari perusahaan. Hal ini sangat penting dalam persaingan dunia industry jasa transportasi laut sebagai bentuk usaha dari terminal petikemas bitung sendiri. Ini juga merupakan faktor utama yang menjadi kepuasan pelanggan. Hal ini dijelaskan pada prinsip-prinsip kualitas pelayanan, dimana didalamnya terdapat prinsip komunikasi yang sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkukang yang dapat didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi yang baik dan lancar harus selalu dilakukan, baik terhadap pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penjelasan tersebut, perusahaan perlu untuk memperhatikan setiap indikator yang dinilai pelanggan masih kurang dan lemah sehingga perusahaan bisa melakukan tindakan untuk meningkatkan indikator-indikator didalamnya yang tergolong lemah, sebaliknya indikator yang dinilai sudah maksimal dan dirasa puas yaitu, *Assurance* dan *Empathy* harus

dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan

Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Tjipto F. (2000) “Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dan dalam jangka panjang ikatan seperti ini menunjukkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka.” Dengan memenuhi harapan pelanggan maka bisa dipastikan bahwa pelanggan dapat setia atau loyal kepada perusahaan dengan mempertimbangkan kembali untuk menjadi pelanggan pada perusahaan asing.

Adapun menurut Suwandi U. (2001) “Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan hanya mungkin jika harapan pelanggan diketahui dengan pasti, untuk mengetahui harapan pelanggan, maka perlu mengidentifikasi segmen pasar terlebih dahulu.” Dengan demikian setiap segmentasi pasar mempunyai pelanggan yang berbeda termasuk kebutuhan dan harapan pelanggan, maka perlu adanya penelitian untuk dapat mengidentifikasikan dengan benar segmen mana atau harapan apa yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Menurut Suardi R. (2003) perusahaan yang terfokus pada pelanggan akan menerapkan prinsip-prinsip untuk mengarahkan pada kualitas jasa dan kepuasan pelanggan, yaitu :

- Menyelidiki dan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan.
- Memastikan bahwa sasaran organisasi berhubungan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- Mengkomunikasikan kebutuhan dan harapan pelanggan dengan organisasi secara keseluruhan.
- Menyelaraskan pendekatan dalam memuaskan pelanggan dan pihak yang berkepentingan serta mengambil tindakan atas hasil yang didapatkan.
- Memastikan keseimbangan antara kepuasan pelanggan dengan pihak lain.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data secara keseluruhan yang kemudian disesuaikan dengan kajian teoritis yang mengatakan bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, berlaku juga pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung. Dengan ini maka kajian teoritis dan hasil penelitian lewat pengolahan data dapat diterima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulannya, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan di bagian loket pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung, yang didalamnya terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan kurang baik.
2. Kualitas pelayanan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung khususnya di bagian loket pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari hasil nilai koefisien korelasi $r = 0.612$ atau sebesar 61.2%. Serta nilai koefisien determinasi $r^2 = 0.375$ menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung dipengaruhi kualitas pelayanan sebesar 37.5% sedangkan sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sehubungan dengan penelitian ini yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung melaksanakan survei terhadap kepuasan pelanggan setiap tahun sehingga dapat diambil tindakan koreksi dan perbaikan pada segala kekurangan dalam sistem pelayanan yang sedang diterapkan. Sebaliknya, agar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang sudah baik dapat dipertahankan dan lebih ditingkatkan kembali.
2. PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung, sekiranya dapat lebih memperhatikan kualitas pelayanan sesuai prosedur yang telah ditetapkan karena kualitas pelayanan sangat berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memberikan citra positif bagi nama baik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2010, *Prosedur Penelitian*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- A.M, Sudirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001)
- Buttle, 2004. *Customer Relationship Management: Concept And Tools* Elsevier Science Publishers.
- Engel, James F., et.al. 1994. Consumer Behavior. Diterjemahkan oleh F.X. Budiyanto. *Perilaku Konsumen. Edisi keenam*. Cetakan pertama. Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gronross, Christian. 2011. *Service Management and Marketing: A Moment of Truth*. Singapore: Maxwell Macmillan International.
- Kotler Philip, 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- , 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000, *Metode Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nanang Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Parasuraman, et al. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Vol. 49, p. 41-50
- Purwanto. (2007). *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan Pengembangan dan Pemanfaatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Sri Suratno F.G. dan Nursya' Bani Purnama. 2004. "**Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua**". Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen
- Suardi, Rudi. 2003. *Sistem Manajemen Mutu ISO 9000:2000* : Penerapannya untuk mencapai TQM. Jakarta : PPM
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- , 2005. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta
- , 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta
- Tse. O.K., dan P.e. Wilton. 1988. "*Models of Consumer Satisfaction Formation: AnExtention*". Journal of Marketing Research. Vol. 25. May.
- Wilkie, W.L. 1990. *Customer Behavior, Edisi Kedua*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Yogyakarta : Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 3. Jilid