

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA KEAGENAN
PENGURUSAN SURAT PERSETUJUAN BERLAYAR (SPB) DI PT. BAHTERA
SETIA GRESIK**

**Oleh :
Muhammad Iqbal Luffi
Nur Widyawati**

**STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati
Surabaya Jl. Perak Barat No. 173, Surabaya, Indonesia
60165**

**Iqballuffi97@gail.com
Nur.widyawati@stiamak.ac.id**

ABSTRAK

Karya Tulis ini dibuat untuk memaparkan tentang Perusahaan Pelayaran. PT. Bahtera Setia Gresik merupakan perusahaan pelayaran yang bergerak di bidang keagenan kapal yang bertugas untuk memberikan pelayanan kapal dan muatan, proses operasional sistem pelayanan kapal oleh PT. Bahtera Setia Gresik di mulai dari alur kapal sandar, proses kegiatan bongkar dan muat dari kapal dan sampai dengan kapal meninggalkan pelabuhan. Koordinasi konfirmasi sangatlah dibutuhkan agar kegiatan pelayanan kapal dan muatan tersebut dapat terlayani dengan penuh tanggung jawab dan teliti.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu (X2) dan kepercayaan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di PT Bahtera Setia Gresik. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan jasa keagenan PT. Bahtera Setia sedangkan sampel berjumlah 45 responden dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang digunakan yaitu diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data dianalisis, dilakukan pengujian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil olah data menunjukkan item kuisisioner bersifat valid dan semua variabel bersifat reliabel.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan ketepatan waktu (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan kepercayaan (X3) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), lalu secara simultan kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan

I. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara maritime yang berbentuk kepulauan, kapal laut merupakan salah satu moda transportasi yang banyak di minati oleh masyarakat Indonesia sebagai moda transportasi penghubung antar pulau. Kapal laut ini sangat banyak diminati oleh kalangan masyarakat karena tarifnya yang relative lebih murah di bandingkan dengan moda transportasi lainnya, misalnya seperti pesawat.

Pelabuhan merupakan tempat berlangsungnya kegiatan perekonomian dan pelayanan pemerintahan, tidak lupa peran pesaing dan distributor dalam memenuhi kebutuhan kehidupan negara ini. Hampir 95% pendistribusian barang dan jasa dilakukan melalui laut, karena merupakan lebih menguntungkan daripada melalui darat atau udara, berkat kapal, Anda dapat memuat barang dalam volume besar dan biaya rendah. Faktor ekonomi yang diinginkan dalam transportasi laut harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu: kecepatan tinggi, kapasitas kargo besar, kemudahan bongkar muat, atau waktu penyelesaian kapal yang cepat (Elfrida Gultom : 2017).

Pelabuhan diisi sebagai titik bagian yang harus dilalui oleh semua barang yang diimpor dan diperdagangkan. Sebagaimana tertuang dalam Peraturan Nomor 17 Tahun 2008 tentang Perhubungan, pelabuhan dimanfaatkan sebagai tempat penyelenggaraan pemerintahan dan kegiatan usaha yang dimanfaatkan sebagai tempat bersandarnya kapal, pemudik, atau berpotensi penumpukan dan pembuangan hasil., sebagai terminal dan kompartemen yang dilengkapi dengan kapal dengan kantor keamanan dan keamanan pengiriman dan latihan bantuan pelabuhan serta tempat transportasi intra dan multiguna. Penatausahaan yang diberikan oleh pelabuhan dituangkan dalam Peraturan Nomor 17 Tahun 2008 tentang Perhubungan.

Melihat pentingnya peranan pelabuhan sebagai tempat kegiatan ekonomi maka Salah satu perusahaan di bidang pelayaran yang perlu berkembang adalah PT. Bahtera Setia Gresik. Salah satu caranya adalah dengan memulai bisnis keagenan kapal di pelabuhan. Dalam rangka memaksimalkan kepercayaan dan kebahagiaan konsumen sebagai pengguna jasa, PT. Bahtera Setia Gresik berupaya mengembangkan bisnisnya di bidang pelayaran dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan kapal selama berada di pelabuhan, perusahaan pelayaran yang telah menyetujui penunjukan keagenan kapal akan beroperasi sebagai agen.

Kepuasan pelanggan adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memiliki banyak manfaat seperti mempengaruhi keharmonisan bisnis-ke-pelanggan, menciptakan landasan bagi pengecer dan pelanggan setia, dan memberikan saran yang sangat

baik kepada pelanggan perusahaan. (Omar : 2016) Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan tertinggi konsumen setelah membandingkan temuannya dengan harapannya. Jika seorang pelanggan puas dengan harga suatu produk atau jasa, mereka lebih mungkin untuk tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lebih lama.

Manajemen perusahaan berkewajiban untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan, selalu memperhatikan kebutuhan dan harapan pelanggan dan konsumen. Bagaimana mereka merancang pelayanan bagi konsumen agar konsumen selalu merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Kualitas layanan adalah totalitas penampilan dan fitur dari barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memukau hati konsumen. Jika perusahaan memiliki nilai yang baik di mata pelanggan, jika pelanggan ini datang dengan ide-ide bagus dan menjadi pelanggan setia atau reseller, pelayanan yang baik merupakan peluang bagi perusahaan. Jika Anda puas dengan layanan perusahaan jasa, itu akan mempengaruhi perusahaan secara positif. Kualitas Chandra dan Tigiptiono (2012) mencerminkan kualitas penyampaian produk yang menguntungkan pelanggan. Istilah harga sering digunakan untuk merujuk pada kualitas suatu produk.

Produk yang mencurigakan. Secara umum kualitas layanan pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelanggan berhak untuk membeli setiap saat bila puas dengan layanan yang diberikan. Untuk bertahan dalam kondisi persaingan saat ini, perusahaan perlu menciptakan peluang pasar, penting bagi perusahaan untuk fokus pada pengembangan kepuasan pelanggan, dan ini adalah kuncinya agar perusahaan berhasil dalam persaingan untuk terus menggunakan layanan yang mereka berikan.

Ketepatan waktu merupakan salah satu faktor penting dalam menyajikan informasi yang up to date. Informasi akan berguna jika dikomunikasikan kepada pengguna pada waktu yang tepat untuk pengambilan keputusan. Ketepatan waktu berarti informasi harus disajikan pada interval waktu, yang berarti menjelaskan perubahan dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi pengguna informasi dalam peramalan dan pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang tidak disampaikan tepat waktu akan membuat informasi yang terkandung dalam laporan keuangan menjadi tidak valid dan mempengaruhi kualitas keputusan yang diambil. Sebelum kehilangan kemampuan untuk mempengaruhi keputusan, informasi harus tersedia pada saat pengambilan keputusan.

Dalam dunia bisnis, kepercayaan adalah hal yang sangat mahal. Tanpa kepercayaan, bisnis yang dikelola belum tentu berkinerja baik, apalagi berkembang. Oleh karena itu, membangun kepercayaan sangat penting dalam bisnis. Dengan membangun kepercayaan yang baik, segala

sesuatunya akan berjalan dengan baik dan menjadi lebih mudah. Di sisi lain, jika tidak ada kepercayaan, maka perlahan tapi pasti kesulitan akan menghambat bisnis.

Beberapa penelitian terdahulu terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Keagenan Pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) telah dilakukan. Pertama, Fajar Tyas Adi (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Keagenan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Citra Abadi Line. Menurutnya, Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kinerja Pelayanan (X) adalah 0,812 yang merupakan nilai positif dengan tanda. t-tabel (2,01) dengan nilai signifikan $<0,001 < 0,05$.

Terkait Ketepatan waktu, Dikaprio Dewantoro (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. Menurutnya, Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) pengiriman tepat waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Alat sistem pelacakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian terkait kepercayaan, Agus Supandi Soegoto (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Menurutnya, Bersama-sama, nilai yang dirasakan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bagi manajemen perusahaan PT. Pandu Express sebaiknya menambah nilai kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga persepsi nilai positif dari konsumen dapat meningkat terhadap perusahaan.

Kegiatan pengurusan jasa keagenan yang dilakukan PT. Bahtera Setia Gresik adalah pengurusan dokumen serifikasi kapal dan pengurusan kebutuhan perlengkapan kapal, peran jasa keagenan dalam pengurusan dokumen sertifikasi kapal sangatlah penting karena dokumen sertifikasi kapal adalah salah satu persyaratan untuk ke layak lautan kapal, setelah aspek-aspek ke layak lautan kapal terpenuhi dan sebelum kapal berlayar kapal wajib mengajukan surat persetujuan berlayar (SPB) ke shaybandar terdekat supaya kapal dapat berlayar ke pelabuhan selanjutnya.

Dalam kegiatan jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) PT. Bahtera Setia Gresik ini, masih terdapat hambatan-hambatan dalam proses pengajuan surat persetujuan

berlayar (SPB). Hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan pengajuan surat persetujuan berlayar (SPB) adalah terdapat sertifikat-sertifikat yang masa berlakunya harus diperpanjang, hal ini mengakibatkan keterlambatan dalam penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB), dan mengakibatkan kinerja pada PT. Bahtera Setia Gresik tidak maksimal.

Perusahaan transportasi PT. Bahtera Setia Gresik berlokasi di Jl. Yos Sudarso Blok II No. 10 Gresik, Jawa Timur. PT. Bahtera Setia Gresik adalah perusahaan pelayaran yang menyediakan jasa transportasi. bertanggung jawab untuk memenuhi segala kebutuhan dan persyaratan kapal, mulai dari saat kapal tiba (clearance in) sampai saat meninggalkan dermaga (clearance out).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji masalah ini dan menuangkannya ke dalam tugas akhir yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA KEAGENAN PENGURUSAN SURAT PERSETUJUAN BERLAYAR (SPB) DI PT. BAHTERA SETIA GRESIK**

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti telah menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia?
2. Apakah ketepatan waktu jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia?
3. Apakah kepercayaan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia?
4. Apakah kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepercayaan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Bahtera Setia?

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia.

2. Untuk menguji dan menganalisis ketepatan waktu jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia.
3. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bahtera Setia.
4. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepercayaan jasa keagenan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Bahtera Setia.

1.3. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Untuk referensi peneliti selanjutnya dalam mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa keagenan pengurusan surat persetujuan berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia.

2. Manfaat praktis

Bagi PT. Bahtera Setia Gresik Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa keagenan pengurusan surat persetujuan berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia.

II. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) merupakan proses perencanaan serta penerapan konsep, penetapan harga, dan juga promosi serta distribusi barang atau jasa, guna menciptakan penukaran yang memuaskan bagi pribadi maupun tujuan organisasi.

Menurut Tjiptono (2011:2), manajemen pemasaran ialah sistem total kegiatan bisnis yang diciptakan guna merancang, menetapkan harga, serta mendistribusikan produk, atau jasa serta gagasan yang dapat memuaskan kemauan pasar sasaran untuk menggapai tujuan organisasional.

Menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13, manajemen pemasaran dimaksud selaku seni serta ilmu menentukan pasar sasaran serta menggapai, mempertahankan, dan meningkatkan pelanggan dengan menghasilkan, menghantarkan, serta mengomunikasikan jumlah pelanggan yang universal.

2.1.2. Kepuasan Konsumen

2.1.2.1. Definisi Kepuasan Konsumen

Loyalitas konsumen adalah tingkat sensasi kesenangan atau kekecewaan klien yang muncul karena kontras dengan eksekusi item yang nyata dan asumsi mereka (Kotler dan Keller, 2016). Jika ada perbedaan antara asumsi dan presentasi asli dari bantuan atau item klien ditegaskan. Jadi cenderung selesai dari sebagian definisi tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan rasa orang jika menerima barang atau jasa yang ditawarkan yang diperoleh dengan asumsi yang dimilikinya. Adapun dimensinya yaitu :

1. Kinerja

Kinerja karyawan tinggi membantu perusahaan dalam proses pencapaian tujuannya. Dikalah para pegawai memberikan yang terbaik untuk melayani kebutuhan pelanggan.

2. Keinginan

Loyalitas konsumen sebagian besar merupakan asumsi dalam hal yang diperoleh misalnya kualitas barang normal barang yang diharapkan termasuk dan sifat administrasi yang diberikan oleh pekerja kepada klien. Membuat kepuasan harus dilakukan dengan baik. Pemenuhan pembeli adalah sensasi kesenangan atau ketidakpuasan dari pembeli setelah asumsi yang kontras untuk suatu barang dan penyajian barang yang sebenarnya.

2.1.2.2. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator Kepuasan Pelanggan, Yaitu (Kotler, 2016):

1. Kepuasan Konsumen secara keseluruhan

Bagaimana konsumen merasa puas akan layanan yang diterapkan oleh semua perusahaan dengan bertanya langsung puas atau tidak.

2. Kesesuaian Harapan

Kinerja yang dicapai agar sesuai dengan pemberian pemikiran secarayang sesuai.

3. Ketersediaan Merekomendasikan

Merekomendasikan terhadap semua orang agar supaya menggunakan jasa kereta api karena terkenal aman cepat dan tepat waktu.

2.1.3. Kualitas Pelayanan

2.1.3.1. Definisi Kualitas Pelayanan

Alih-alih barang evaluasi dari bagaimana pelayanan dan pembeli adalah gambaran dari "waktu pengambilan keputusan" yang merupakan kesempatan berharga untuk memenuhi atau tidak memenuhi pelanggan. Pada tingkat dasar kualitas pelayanan dilakukan seseorang yang sudah diberikan tugas untuk membantu. Dengan demikian ada 2 unsur utama yaitu bantuan biasa dan bantuan nyata (Tjiptono, 2014).

Sebagaimana dikemukakan oleh Gronroos (2014) pada dasarnya sifat suatu bantuan yang tampak oleh pembeli terdiri dari aspek mendasar seperti kualitas khusus (aspek hasil). Mengenai hasil pelayanan yang terlihat oleh pelanggan mereka juga dijabarkan menjadi beberapa macam terutama kualitas berburu (dapat dinilai sebelum membeli) kualitas pengalaman hanya untuk menyesuaikan asumsi pembeli. Kualitas pelayanan adalah sejauh mana bantuan dapat memenuhi rinciannya. Mencirikan kualitas pelayanan pada dasarnya lebih spesifik "Sebagian dari seberapa besar tingkat administrasi yang diberikan dapat sesuai dengan asumsi klien". Dalam hal bantuan yang didapat atau dilihat memang benar bentuknya maka kualitas bantuan tersebut dipandang baik dan memuaskan (Fandy Tjiptono, 2015).

2.1.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan mempunyai 5 Indikator dalam kualitas pelayanan yang ada untuk konsumen (Sunyoto 2016), Yaitu :

1. Bukti langsung (tangible)

Keahlian perseroan buat membuktikan ketersediaannya pada pihak luar yang telah yakin seluruhnya. Membuktikan bila perlengkapan serta prasarana yang dapat diamati di industri buat bisa dialami di area dekat merupakan fakta jelas dari layanan yang diserahkan oleh fasilitator layanan.

2. Keandalan (reliability)

Mampu untuk melakukan dengan andal dan cepat kerja seseorang diberi layanan saat melakukan tindakan kepada pelanggan.

3. Daya tangkap (responsiveness)

Perbantuan dalam pelayanan yang cepat dan akurat untuk pelanggan pengguna supaya tidak adanya persepsi negative dari pelanggan.

4. Empati (empathy)

Kesediaan untuk membantu sesama yang ada disekitar kita dan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.

5. Jaminan (assurance)

Janji apa yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan agar bisa terjamin misalnya seperti ramah pemberian informasi, keamanan dan layanan yang baik.

2.1.4. Ketepatan Waktu

2.1.4.1. Definisi Ketepatan waktu

Menurut Amina (2017:50), ketepatan waktu adalah “kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dengan jumlah minimum. Kemudian mulailah penilaian berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka dan kemampuan pekerja untuk mengirimkan tepat waktu. Selanjutnya, menurut Shakti dan Mahfudz (2018:3) ketepatan waktu sangat penting, karena ketepatan pengiriman barang pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Juniati (2018:2), ketepatan waktu digunakan sebagai standar kendaraan yang datang atau berangkat dan melewati suatu tempat yang telah ditentukan pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Ketepatan waktu juga merupakan faktor penting dalam menyampaikan informasi yang relevan.

Menurut Khadijah (2019: 2) disebutkan bahwa ketepatan waktu adalah ketika pelanggan melakukan pembelian sampai barang sampai di tangan pelanggan. Memenuhi tenggat waktu pengiriman, kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu-satunya variabel yang berguna untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga konsumen merasakan keinginan dan harapannya tentang menggunakan layanan puas, sehingga pelanggan memiliki perasaan puas.

Berdasarkan pemahaman peneliti di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep waktu adalah proses pengiriman harus diselesaikan pada tanggal dan waktu yang telah ditentukan agar tidak menimbulkan keluhan dari pelanggan.

2.1.4.2. Indikator Ketepatan Waktu

Indikator kecepatan yang tercantum dalam penelitian ini menurut Juniariska (2020: 148) adalah:

1. Tepat waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
2. Pengiriman tepat waktu barang yang akan dikirim.

2.1.5. Kepercayaan

2.1.5.1. Definisi Kepercayaan

Menurut Priansa (2017), kepercayaan adalah domain psikologis yang berkaitan dengan penerimaan harapan perilaku yang baik dari orang lain.

Menurut Mowen dan Minor (2012), kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang mereka buat tentang sesuatu, properti, dan manfaat. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, atau apa pun yang diyakini dan dilihat seseorang.

2.1.5.2. Indikator Kepercayaan

Menurut Maharani (2010), ada beberapa indikator kepercayaan konsumen terhadap produk, jasa atau merek tertentu, yaitu:

1. Keandalan.

Keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran. Keandalan bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sejak dahulu kala.

2. Kejujuran.

Bagaimana perusahaan/distributor menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan/distributor.

3. Pikiran.

Perusahaan/distributor selalu melayani pelanggannya dengan baik, selalu menerima keluhan pelanggan dan selalu mengutamakan konsumen.

4. Kredibilitas.

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/distributor untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2.1. Hubungan Antar variabel

2.2.1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang dirasakan pelanggan telah sesuai atau memberikan rasa yang baik maka bisa disebutkan bahwa layanan tersebut dianggap berkualitas dan pelanggan merasa sangat puas. Dalam hal ini dapat disimpulkan dari penelitian terdahulu.

Fajar Tyas Adi (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Keagenan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Citra Abadi Line. Menurutnya, Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kinerja Pelayanan (X) adalah 0,812 yang merupakan nilai positif dengan tanda. t-tabel (2,01) dengan nilai signifikan $<0,001 < 0,05$.

2.2.2. Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ketepatan waktu pada suatu jasa berperan penting dalam kepuasan pelanggan, dilihat dari aspek keamanan pada saat menggunakan jasa maupun potensi pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut kembali.

Dikaprio Dewantoro (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. Menurutnya, Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) pengiriman tepat waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Alat sistem pelacakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.2.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan pada suatu jasa berperan penting dalam kepuasan pelanggan, dilihat dari aspek keamanan pada saat menggunakan jasa maupun potensi pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut kembali.

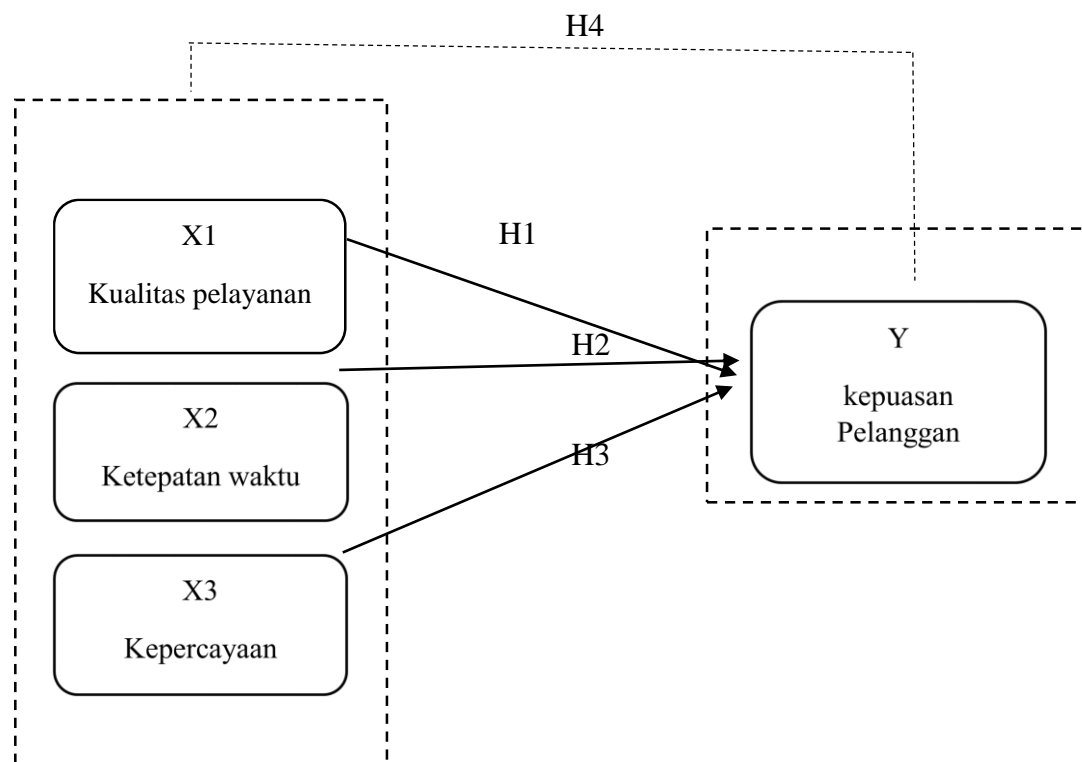
Agus Supandi Soegoto (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Menurutnya, Bersama-sama, nilai yang dirasakan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial persepsi

nilai dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bagi manajemen perusahaan PT. Pandu Express sebaiknya menambah nilai kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga persepsi nilai positif dari konsumen dapat meningkat terhadap perusahaan.

2.2. Kerangka Berfikir

Perusahaan yang ingin perusahaannya beroperasi terus menerus harus dapat memuaskan setiap pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang mereka harapkan. Jika apa yang dirasakan klien lebih dari yang diharapkan, berarti klien puas. Jika pelanggan puas, mereka cenderung untuk mengulangi pembelian atau merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada pihak lain di masa depan, dan pelanggan akan lebih loyal kepada perusahaan.

Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan sebuah konsep pemikiran seperti pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.

Sumber : Data diolah penulis, (2022)

2.3. Hipotesisi

Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu pernyataan masalah penelitian, dan rumusan masalah penelitian dirumuskan dalam bentuk pernyataan (Sugishirono, 2011:6). Dari rumusan masalah di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 = diduga kualitas Pelayanan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H2= diduga ketepatan Waktu berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H3= diduga kepercayaan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H4= diduga kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini berkonsentrasi pada rencana untuk memutuskan hubungan antara setidaknya dua faktor yang masuk akal, mengantisipasi dan mengendalikan keanehan (Sugiyono, 2013) (dalam Kumara dan Utama, 2016:8). Teknik eksplorasi menggunakan metodologi kuantitatif, di mana informasi disusun sebagai angka berdasarkan metodologi kuantitatif, karena spesialis perlu melihat dampak kausalitas atau dampak antara faktor kualitas administrasi seperti faktor eksogen (X). Variabel pemenuhan pembeli sebagai variabel endogen (Y).

3.1. Metode Pengumpulan Data

Strategi pengumpulan data diartikan sebagai “teknik atau pendekatan yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data”, menurut Riduwan (2010:51).

Sementara itu, teknik pengumpulan data didefinisikan sebagai berikut oleh Djaman Satori dan Aan Komariah (2011:103) “Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah suatu prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang esensial”.

Dalam skenario ini, informasi tentang waktu dan tempat sering dikumpulkan dari pengamatan atau temuan eksperimen. Estimasi atau dugaan yang bersifat sementara dikenal sebagai asumsi, dan tidak selalu benar. Sehingga penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut :

3.6.1. Observasi

Langkah pertama dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melakukan observasi. Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145), observasi merupakan proses kompleks yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling penting adalah proses observasi dan memori/ingatan. Observasi mengenai pengamatan prosedur kepengurusan surat persetujuan berlayar (SPB).

3.6.2. Studi Pustaka

Selain observasi, penulis juga menggunakan metode library reset, dimana informasi yang dikumpulkan melalui studi pustaka disajikan dalam bentuk buku, jurnal, hukum pelayaran, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dan membantu dalam pembuatan tugas akhir ini. produk.

3.6.3. Kuisiner atau Angket

Kuisiner atau angket adalah suatu metode pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada seseorang atau sekelompok orang guna memperoleh jawaban atau jawaban dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Mardalis: 2008: 66). Penelitian ini menggunakan kuisiner atau angket. pertanyaan disusun dalam bentuk terstruktur, yang berlaku untuk 31 sampel yang merupakan pelanggan yang menggunakan jasa keagenan pengurus Sutar Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahter Seatia. Kuisiner akan dibagikan melalui link yang akan di sebarakan <https://forms.gle/vfHYEYncXttxYWqe6>.

3.2. Teknik Analisis Data

Setelah informasi diperoleh, informasi tersebut ditangani dan dibedah dengan menggunakan persamaan kuantitatif, yaitu pemeriksaan informasi spesifik menggunakan resep faktual, khususnya uji legitimasi dan kualitas tak tergoayahkan, pemeriksaan langsung langsung kekambuhan dan uji-t.

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas ialah tata cara yang dipakai pengarang buat mengukur legal ataupun tidak persoalan sesuatu angket bisa dibilang asi bila ada kesesuaian antara informasi yang

digabungkan dengan informasi yang sebenarnya (Sugiyono, 2011) Percobaan keabsahan dicoba dengan metode menyamakan angka r hitung ($df = N - k$) dalam perihal ini N merupakan jumlah ilustrasi serta k merupakan jumlah elastis riset bebas. Bila r hitung r produk momen serta berharga positif hingga permohonan (Ghozali Simanjuntak, 2013).

3.7.2. Uji Reliabilitas

Indikator tersebut dibuat penulis sebagai acuan untuk menuliskan pertanyaan tertulis untuk mengukur valid atau tidaknya indikator tersebut yaitu dengan menggunakan uji reliabilitas. Percobaan reliabilitas yang dipakai dalam riset ini merupakan pemakaian fitur SPSS ialah percobaan statistik Alpha Cronbach.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik bermaksud buat mengenali apakah estimator regresi ialah estimator kolinear tidak bias terbaik. Buat analogi yang sangat cermat dipakai patokan regresi yang dicari dengan tata cara OLS (Ordinary Least Square). Adapun uji ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji autokorelasi :

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merujuk pada pengesanan adanya elastis pengacau ataupun elastis residual dalam bentuk regresi berdistribusi wajar sebab uji-T serta uji F dikenal beriktikad kalau angka residu menjajaki penyaluran wajar. Memastikan Gimana Residual Berkontribusi wajar atau tidak (Ghozali, 2011).

3.7.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merujuk pada pengesanan jika ada hubungan hingga diucap permasalahan disebut multikolinearitas. Menurut Ghozali (2011). pengukuran multikolinearitas bisa diamati dari angka TOL (Tolerance) serta VIF (Variant Inflation Factor). Angka ambang batasan yang kerap dipakali buat membuktikan terdapatnya multikolinearitas merupakan angka keterbukaan 0.1 ataupun sebanding dengan angka VIF 10. Hipotesis yang digunakan dalam uji multikolinearitas adalah:

1. H_0 VIF > 10, terdapat multikolinieritas
2. H_1 VIF < 10, tidak terdapat mulikolinieritas.

3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari percobaan ini merupakan buat mencoba apakah ada varians residual yang tidak serupa dari satu observasi ke observasi yang lain dalam bentuk regresi. Metode mengenali apakah terjalin heteroskedastisitas merupakan dengan memandang grafiknya. Bila ada pola khusus semacam titik-titik yang terdapat membuat pola khusus (membesar, meluaas setelah itu mengecil). hingga perihal itu membuktikan sudah terjalin heteroskedastisitas ataupun tidak terjalin heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

3.7.3.4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016), autokorelasi dapat terjadi karena pengamatan yang berurutan dari waktu ke waktu terkait satu sama lain. Masalah ini terjadi karena residual tidak independen dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, Anda perlu menjalankan Run Test.

3.7.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan guna mendeskripsikan petunjuk arah keterkaitan antara variabel, dan digunakan dalam membuat dugaan. Untuk memahami keterkaitan antara dua variabel atau lebih analisis juga relevan untuk digunakan, dan lebih penting untuk mengikuti dan mendalami pola keterkaitan yang jenisnya diketahui sempurna. Berikut model analisis regresi berganda antara lain :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien konstanta

β_1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

β_2 = Koefisien regresi ketepatan waktu

β_3 = Koefisien regresi kepercayaan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Ketepatan Waktu

X3 = Kepercayaan

e = Estimasi error

3.7.5. Uji Hipotesis

3.7.5.1. Uji T

Uji spekulasi yang digunakan dalam tinjauan ini adalah uji fraksional (uji-t). Ghozali (2018;88) Uji t siswa digunakan untuk menguji dampak dari setiap variabel otonom yang digunakan dalam konsentrasi ini pada variabel terikat sampai batas tertentu. Menurut Sugiyono (2018; 223), uji-t adalah solusi singkat untuk masalah yang memutuskan hubungan antara setidaknya dua faktor. Rencana pengujian spekulasi digunakan untuk memutuskan hubungan antara dua faktor yang diperiksa.

3.7.5.2. Uji F

Pengujian Uji F statistik dilakukan untuk menunjukkan bahwa semua variabel independen yang memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen dimasukkan dalam model (Ghozali, 2018:98). Kriteria pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05. Nilai signifikansi 0,05 berarti model penelitian tidak dapat digunakan.

3.7.6. Koefisien Determinasi

Setiap bertambah variabel bebas maka R² mengalami peningkatan dan tidak memperhatikan apakah terdapat dampak secara signifikan pada variabel tersebut terhadap variabel terikat. Untuk itu dipakai jenis adjusted R². Jenis adjusted R² bisa saja tidak tetap jika bertambahnya suatu variabel bebas kedalam model (Ghozali : 2016)

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Data

Data primer pada peneliti ini berupa kuesioner yang disebarakan ke 31 responden pengguna jasa Keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik. Berikut jumlah persentase responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	25	80,6%
Perempuan	6	19,4%
Total	31	100%

Sumber : Data Primer Diolah Sendiri (2022)

Diketahui pada tabel di atas dari 31 responden secara keseluruhan terdapat 25 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 80,6% dan 6 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 19,4% sedangkan jumlah persentase responden berdasarkan usia yakni sebagai berikut :

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia (tahun)	Jumlah Responden	Persentase
17-26	26	83,9%
27-36	4	12,9%
> 50	1	3,2%
Total	31	100%

Sumber : Data Primer Diolah Sendiri (2022)

Diketahui pada tabel di atas dari 31 responden secara keseluruhan yang berusia 17-26 tahun berjumlah 26 responden dengan persentase sebesar 83,9%, yang berusia 27-36 tahun berjumlah 4 responden dengan persentase sebesar 12,9%, dan yang berusia > 50 tahun berjumlah 1 responden dengan persentase sebesar 3.2% sedangkan jumlah persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir yakni sebagai berikut :

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SMA	11	35,5%
Diploma	11	35,5%
S1	8	25,8%
S2/S3	1	3,2%
Total	31	100%

Sumber : Data Primer Diolah Sendiri (2022)

Diketahui pada tabel di atas dari 31 responden secara keseluruhan terdapat 11 responden yang pendidikan terakhir SMA dengan persentase sebesar 35,5%, terdapat 11 responden yang pendidikan terakhir Diploma dengan persentase sebesar 35,5%, terdapat 8 responden yang pendidikan terakhir S1 dengan persentase sebesar 25,8% dan 1 responden yang pendidikan terakhir S1/S2 dengan persentase sebesar 3,2%.

4.2.1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Sebagaimana dijelaskan dalam definisi operasional variabel penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu (X2), Kepercayaan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Yang ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Petugas PT. Bahtera Setia bersedia mendengar keluhan kesah pelanggan seputar masalah pengurus Surat Persetujuan Berlayar (SPB)	0	0	4	13	14	31
		0%	0%	12,9%	41,9%	45,2%	100%
2.	Petugas PT. Bahtera Setia selalu membantu pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) saat mengalami kesulitan	0	0	4	9	18	31
		0%	0%	12,9%	29,0%	58,1%	100%
3.	Petugas PT. Bahtera Setia selalu berkoordinasi kepada para pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB)	0	1	8	8	14	31
		0%	3,2%	25,8%	25,8%	45,2%	100%

	pada saat mengalami kendala						
4.	Petugas PT. Bahtera Setia cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB)	1	1	6	13	10	31
		3,2%	3,2%	19,4%	41,9%	32,3%	100%

Sumber : Data Primer Diolah SPSS (2022)

1. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia bersedia mendengar keluhan pelanggan seputar masalah pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB)” yang menjawab Netral sebanyak 4 yaitu 12,9%, yang menjawab Setuju sebanyak 13 yaitu 41,9%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 yaitu 45,2%.
2. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia selalu membantu pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) saat mengalami kesulitan” yang menjawab Netral sebanyak 4 yaitu 12,9%, yang menjawab Setuju sebanyak 9 yaitu 29,0%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 18 yaitu 58,1%.
3. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia selalu berkoordinasi kepada para pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) pada saat mengalami kendala” yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 8 yaitu 25,8%, yang menjawab Setuju sebanyak 8 yaitu 25,8%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 yaitu 45,2%.
4. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB)” yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 6 yaitu 19,4%, yang menjawab Setuju sebanyak 13 yaitu 41,9%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 10 yaitu 32,3%.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Ketepatan Waktu (X2)

No	Pertanyaan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Petugas PT. Bahtera Setia selalu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu	0	1	9	5	16	31
		0%	3,2%	29,0%	16,1%	51,6%	100%
2.	Petugas PT. Bahtera Setia disiplin waktu dalam bekerja	0	1	8	8	14	31
		0%	3,2%	25,8%	25,8%	45,2%	100%
3.	Petugas PT. Bahtera Setia tidak pernah menunda pekerjaan	0	0	9	8	14	31
		0%	0%	29,0%	25,8%	45,2%	100%
4.	Petugas PT. Bahtera Setia mampu mempercepat menyelesaikan pekerjaan sebelum batas waktu yang ditentukan	0	0	8	6	17	31
		0%	0%	25,8%	19,4%	54,8%	100%

Sumber : Data Primer Diolah SPSS (2022)

1. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia selalu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu” yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 9 yaitu 29,0%, yang menjawab Setuju sebanyak 5 yaitu 16,1%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 yaitu 51,6%.
2. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia disiplin waktu dalam bekerja” yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 8 yaitu 25,8%, yang menjawab Setuju sebanyak 8 yaitu 25,8%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 yaitu 45,2%.
3. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia tidak pernah menunda pekerjaan” yang menjawab Netral sebanyak 9 yaitu 29,0%, yang menjawab Setuju sebanyak 8 yaitu 25,8%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 yaitu 45,2%.

4. Untuk indikator “Petugas PT. Bahtera Setia mampu mempercepat menyelesaikan pekerjaan sebelum batas waktu yang ditentukan” yang menjawab Netral sebanyak 8 yaitu 25,8%, yang menjawab Setuju sebanyak 6 yaitu 19,4%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 17 yaitu 54,8%.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan (X3)

No	Pertanyaan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Saya percaya dengan jaminan kepuasan di PT. Bahtera Setia.	0	0	7	8	16	31
		0%	3,2%	22,5%	25,8%	51,6%	100%
2.	Saya percaya pihak PT. Bahtera Setia selalu mengutamakan keterus terangan dalam pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).	1	1	6	11	12	31
		3,2%	3,2%	19,4%	35,5%	38,7%	100%
3.	Saya percaya pihak PT. Bahtera Setia memenuhi janji-janjinya.	0	0	9	7	15	31
		0%	0%	29,0%	22,6%	48,4%	100%
4.	Saya percaya pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) sesuai dengan harapan.	0	0	5	11	15	31
		0%	0%	16,1%	35,5%	48,4%	100%

Sumber : Data Primer Diolah SPSS (2022)

1. Untuk indikator “Saya percaya dengan jaminan kepuasan di PT. Bahtera Setia.” yang menjawab Netral sebanyak 7 yaitu 22,5%, yang menjawab Setuju sebanyak 8 yaitu 25,8%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 yaitu 51,6%.
2. Untuk indikator “Saya percaya pihak PT. Bahtera Setia selalu mengutamakan keterusterangan dalam pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).” yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 6 yaitu 19,4%, yang menjawab Setuju sebanyak 11 yaitu 35,5%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 yaitu 38,7%.
3. Untuk indikator “Saya percaya pihak PT. Bahtera Setia memenuhi janji-janjinya.” yang menjawab Netral sebanyak 9 yaitu 29,0%, yang menjawab Setuju sebanyak 7 yaitu 22,6%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 yaitu 48,4%.
4. Untuk indikator “Saya percaya pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) sesuai dengan harapan.” yang menjawab Netral sebanyak 5 yaitu 16,1%, yang menjawab Setuju sebanyak 11 yaitu 35,5%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 yaitu 48,4%.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Skala Nilai					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Pelanggan merasa puas terhadap Kepuasan fasilitas dan lingkungan pelayanan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).	0	0	6	10	15	31
		0%	0%	19,4%	32,3%	48,4%	100%
2.	Adanya kemudahan dalam memperoleh pelayanan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).	0	0	4	11	16	31
		0%	0%	12,0%	35,5%	51,6%	100%

3.	Pelanggan merasa puas terhadap proses layanan yang di berikan para Petugas PT. Bahtera Setia	0	0	8	9	14	31
		0%	0%	25.8%	29,0%	45,2%	100%
4.	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Petugas PT. Bahtera Setia	0	1	6	11	13	31
		0%	3,2%	19,4%	35.5%	41,9%	100%

Sumber : Data Primer Diolah SPSS (2022)

1. Untuk indikator “Pelanggan merasa puas terhadap Kepuasanfasilitas dan lingkungan pelayanan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).” yang menjawab Netral sebanyak 6 yaitu 19,4%, yang menjawab Setuju sebanyak 10 yaitu 32,3%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 yaitu 48,4%.
2. Untuk indikator “Adanya kemudahan dalam memperoleh pelayanan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB).” yang menjawab Netral sebanyak 4 yaitu 12,0%, yang menjawab Setuju sebanyak 11 yaitu 35,5%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 yaitu 51,6%.
3. Untuk indikator “Pelanggan merasa puas terhadap proses layanan yang di berikan para Petugas PT. Bahtera Setia” yang menjawab Netral sebanyak 8 yaitu 25.8%, yang menjawab Setuju sebanyak 9 yaitu 29,0%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 yaitu 45,2%.
4. Untuk indikator “Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Petugas PT. Bahtera Setia” yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 yaitu 3,2%, yang menjawab Netral sebanyak 6 yaitu 19,4%, yang menjawab Setuju sebanyak 11 yaitu 35,5%, dan yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 13 yaitu 41,9%.

4.2.2. Hasil Uji Data

4.2.2.1. Hasil Uji Validitas

Nilai r_{tabel} dengan jumlah 31 responden maka :

$$r_{tabel} = N - k$$

keterangan :

N = jumlah responden

k = jumlah variabel

$r_{tabel} = 31-2 = 29$, maka dapat diketahui $r_{tabel} = 0,367$

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Item	R_{hitung}	Keterangan
Sistem E-ticketing (X1)		
X1.1	0,694	VALID
X1.2	0,845	VALID
X1.3	0,928	VALID
X1.4	0,887	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)		
X2.1	0,926	VALID
X2.2	0,949	VALID
X2.3	0,903	VALID
X2.4	0,888	VALID
Kualitas Pelayanan (X3)		
X3.1	0,947	VALID
X3.2	0,788	VALID
X3.3	0,862	VALID
X3.4	0,787	VALID
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)		
Y1.1	0,870	VALID
Y1.2	0,906	VALID
Y1.3	0,905	VALID
Y1.4	0,864	VALID

Sumber : Data Primer Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa semua item pada variabel di atas memiliki jumlah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0, 367) sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pada variabel di penelitian ini dinyatakan valid.

4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	<i>Cronbach Alpha's</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,861	RELIABEL
Ketepatan Waktu (X_2)	0,936	RELIABEL
Kepercayaan (X_3)	0,860	RELIABEL
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,909	RELIABEL

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha's* $> 0,60$ maka semua item pada variabel penelitian dianggap reliabel.

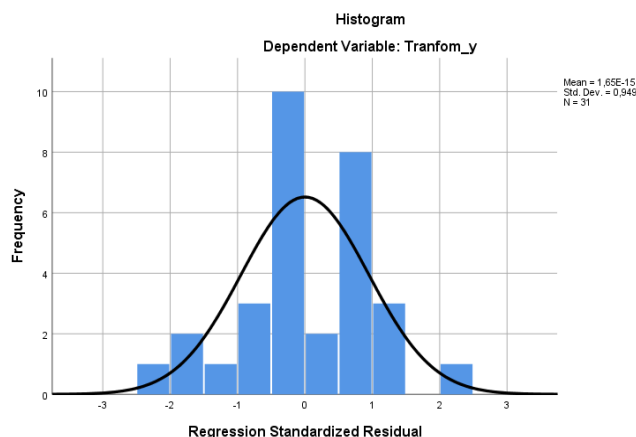
4.2.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi memiliki variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal atau anomali. Jika variabel tidak berdistribusi normal, maka hasil uji statistik akan menurun.

Maka dari itu peneliti telah melakukan uji normalitas untuk menguji normal atau tidak normal suatu variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Histogram

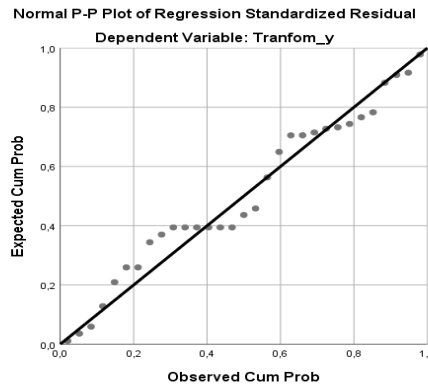


Gambar 4.2 Histogram Standardize Regression Residual

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Dengan menggunakan histogram dengan menggambarkan variabel dependen dengan sumbu vertikal sedangkan nilai residual terstandarisasi digambarkan sebagai sumbu horisontal. Jika Histogram Standardize regression residual membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut membentuk kurva norma.

b. Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak menyimpang dan tidak bertumpukkan mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

c. Uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Tes

Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
Sumber : Data Diolah SPSS (2022)	N	31	
	Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
		Std. Deviation	,02787444
	Most Extreme Differences	Absolute	,110
		Positive	,095

	Negative	-,110
Test Statistic		,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0.110 dengan tingkat signifikan 0.200 berarti hal itu menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena tingkat signifikansinya > 0,05.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

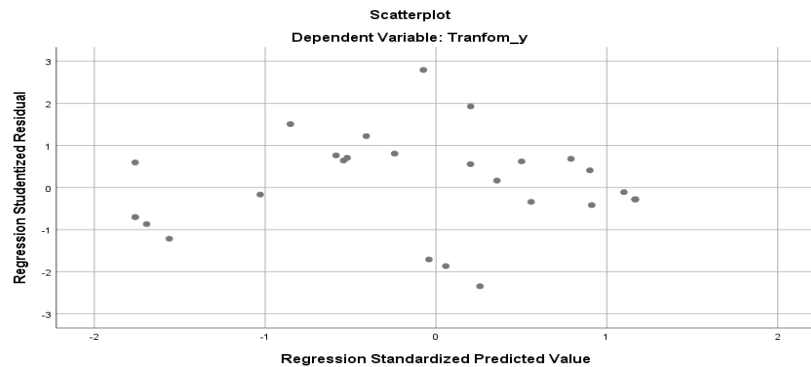
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	,596	1,678
Ketepatan waktu (X2)	,335	2,986
Kepercayaan (X3)	,379	2,639

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,596 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,678 < 10,00, nilai tolerance pada variabel Ketepatan Waktu (X2) sebesar 0,335 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,986 < 10,00 sedangkan nilai tolerance pada variabel Kepercayaan (X3) sebesar 0,379 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,639 < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola dan menyebar mendekati nilai 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Hasil Uji Linearitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstan dardize d Residu al *	Between	(Combined)	,006	9	,001	,739	,670
	Groups	Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
		Deviation from Linearity	,006	8	,001	,831	,585
Total	Within Groups		,018	21	,001		
X1	Total		,023	30			

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Sig. sebesar $0,585 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berhubungan secara linear terhadap variabel Kepuasan Pelangga (Y).

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel Ketepatan Waktu (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstand ardized Residual * Total X2	Between	(Combined)	,003	8	,000	,391	,914
	Groups	Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
		Deviation from Linearity	,003	7	,000	,447	,861
		Within Groups	,020	22	,001		
	Total		,023	30			

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Sig. sebesar 0,861 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable Ketepatan waktu (X2) berhubungan secara linear terhadap variable Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Variabel Kepercayaan (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstand ardized Residual * Total X3	Between	(Combined)	,010	8	,001	1,970	,100
	Groups	Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
		Deviation from Linearity	,010	7	,001	2,251	,069
		Within Groups	,014	22	,001		
	Total						

Total	,023	30			
-------	------	----	--	--	--

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Sig. sebesar 0,069 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable Kepercayaan (X3) berhubungan secara linear terhadap variable Kepuasan Pelanggan (Y).

4.2.2.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,782	,036		21,653	,000
	Total X1	,005	,002	,175	1,944	,062
	Total X2	,009	,003	,378	3,149	,004
	Total X3	,013	,003	,483	4,279	,000

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi pada penelitian ini jika dilihat pada kolom B yakni :

$$Y = 0,782 + 0,005X1 + 0,009X2 + 0,013 X3$$

1. Persamaan di atas memiliki makna bahwa nilai konstanta pada penelitian ini sebesar 0,782 yang artinya bahwa jika variabel Kualitas Pelayan (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kepercayaan (X3) nilai nol maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,789.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayan (X1) sebesar 0,005 pengaruh positif. Maka dapat dinyatakan jika variabel Kualitas Pelayan (X1) meningkat satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,005.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel Ketepatan Waktu (X2) sebesar 0,009 pengaruh positif. Maka dapat dinyatakan jika Ketepatan Waktu (X2) meningkat satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,009.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel Kepercayaan (X3) sebesar 0,013 pengaruh positif. Maka dapat dinyatakan jika Kepercayaan (X3) meningkat satu maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,013.

4.2.2.5. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji T

**Tabel 4.16 Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,782	,036		21,653	,000
Total X1	,005	,002	,175	1,944	,062
Total X2	,009	,003	,378	3,149	,004
Total X3	,013	,003	,483	4,279	,000

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berikut cara menghitung nilai t_{tabel} :

$$t_{tabel} : (\alpha / 2 : n - k - 1)$$

Keterangan :

k : jumlah variabel *independent*

n : jumlah data responden

$$t_{tabel} : (\alpha / 2 : n - k - 1) = (0,05 / 2 : 32 - 3 - 1) = (0,025:27) = 2,052$$

Perumusan hipotesis pada penelitian ini untuk uji T :

H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H1= Kualitas Pelayanan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

Kesimpulan :

Berdasarkan tabel di atas pada kolom t diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $1,944 < 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,062 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak sehingga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

Ho = Ketepatan Waktu tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H2 = Ketepatan Waktu berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

Kesimpulan :

Berdasarkan tabel di atas pada kolom t diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Ketepatan Waktu (X2) sebesar $3,148 > 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,04 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima sehingga Ketepatan Waktu berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

Ho = Kepercayaan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

H3= Kepercayaan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik

Kesimpulan :

Berdasarkan tabel di atas pada kolom t diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Kepercayaan (X3) sebesar $4,279 > 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga Kepercayaan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa

keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

2. Hasil Uji F

**Tabel 4.17 Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	,156	3	,052	60,082	,000 ^b
Residual	,023	27	,001		
Total	,179	30			

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berikut cara menghitung nilai F_{tabel} :

$$F_{\text{tabel}} : (k : n - k)$$

Keterangan :

k : jumlah variabel *independent*

n : jumlah data responden

$$F_{\text{tabel}} : (k : n - k) = (3 : 31 - 3) = (3 : 28) = 2,95$$

Perumusan hipotesis untuk uji F pada penelitian ini yakni sebagai berikut :

H0= Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan tidak saling erpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

H4= Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

Kesimpulan :

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} (60,082) > 2,95 dan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

4.2.2.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,933 ^a	,870	,855	,02938

Sumber : Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,855. Maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di jelaskan oleh variabel Kualitas Pelayan (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kepercayaan (X3) sebesar 85,5% sisanya dijelaskan 14,5% variabel lain di luar penelitian ini.

4.2. Pembahasan

Responden pada penelitian ini yakni tersebar ke pengguna Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik sebanyak 31 responden terbagi berdasarkan jenis kelamin yakni 25 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 80,6% dan 6 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 19,4%, jumlah persentase responden berdasarkan usia yakni yang berusia 17-26 tahun berjumlah 26 responden dengan persentase sebesar 83,9%, yang berusia 27-36 tahun berjumlah 4 responden dengan persentase sebesar 12,9%, dan yang berusia > 50 tahun berjumlah 1 responden dengan persentase sebesar 3,2% sedangkan jumlah persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir terdapat 11 responden yang pendidikan terakhir SMA dengan persentase sebesar 35,5%, terdapat 11 responden yang pendidikan terakhir Diploma dengan persentase sebesar 35,5%, terdapat 8 responden yang pendidikan terakhir S1 dengan persentase sebesar 25,8% dan 1 responden yang pendidikan terakhir S1/S2 dengan persentase sebesar 3,2%.

4.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $1,944 < 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,062 > 0,05$. Maka

dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak sehingga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

penelitian ini tidak sejalan dengan apa yang diteliti oleh Fajar Tyas Adi (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Keagenan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Citra Abadi Line. Menurutnya, Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kinerja Pelayanan (X) adalah 0,812 yang merupakan nilai positif dengan tanda. t-tabel (2,01) dengan nilai signifikan $<0,001 < 0,05$.

4.3.2. Hubungan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Kepercayaan (X3) sebesar $4,279 > 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima sehingga ketepatan waktu berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dikaprio Dewantoro (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. Menurutnya, Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) pengiriman tepat waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Alat sistem pelacakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

4.3.3. Hubungan Kepercayaan Terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel Kepercayaan (X3) sebesar $4,279 > 2,052$ dan nilai Sig. sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga Kepercayaan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Supandi Soegoto (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Menurutnya, Bersama-sama, nilai yang dirasakan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan

terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bagi manajemen perusahaan PT. Pandu Express sebaiknya menambah nilai kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga persepsi nilai positif dari konsumen dapat meningkat terhadap perusahaan.

4.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (60,082) > 2,95$ dan nilai $Sig. (0,000) < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 85,5%. Maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di jelaskan oleh variabel Kualitas Pelayan (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kepercayaan (X3) sebesar 85,5% sisanya dijelaskan 14,5% variabel lain di luar penelitian ini. diketahui bahwa variabel yang berpengaruh secara dominan yakni variabel ketepatan waktu.

V. Penutup

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang didapat dari pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan jasa keagenan pengurusan surat persetujuan berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik. Artinya jika pelayanan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) mengalami keterlambatan, maka kinerja perusahaan keagenan mengalami hambatan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ketepatan Waktu berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik. Artinya jika penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) semakin tepat waktu dan sesuai dengan jadwal, maka kinerja perusahaan keagenan tidak mengalami hambatan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kepercayaan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik. Artinya jika kepercayaan jasa keagenan dalam penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) tidak mengalami keterlambatan, maka kinerja perusahaan keagenan tidak mengalami hambatan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Kepercayaan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa keagenan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia Gresik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari semua penelitian dan kesimpulan yang diambil dari itu, beberapa saran dapat dibuat bagi mereka yang tertarik dengan penelitian ini. Usulan yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan merupakan permasalahan yang sering timbul pada saat penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB). Penelitian ini bukan untuk mencari seberapa besar nilai kualitas pelayanan di PT. Bahtera Setia Gresik, tetapi hanya mencari pengaruh yang menyebabkan terjadinya masalah terhadap kualitas pelayanan penerbitan surat persetujuan berlayar (SPB) tersebut. Pada kenyataannya kualitas pelayanan mempengaruhi kinerja perusahaan keagenan.
2. Para staf agen di PT. Bahtera Setia Gresik harus lebih baik lagi dalam hal kemampuan atau kesiapan jasa keagenan dalam memberikan perhatian yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya yang menggunakan jasa keagenan dalam proses pelayanan pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) di PT. Bahtera Setia.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel bebas lainnya yang diduga dapat mempengaruhi besar kecilnya kepuasan pelanggan seperti variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan.

Daftar Referensi

- Adi, F. T. (2021). PENGARUH KINERJA PELAYANAN JASA KEAGENAN TERHADAP. *Vol. 3 No. 1 Agustus 2021*, 34-42.
- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan

- Pelanggan(Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang).” 17(September),49–61.
- Dewantoro, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU. *Volume 1, 2020 / Hal. 278 - 293, 278-293.*
- Djaslim, dan Buchori. (2010). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Dasopang, E. S., & Juniati, A. (2018). Ketepatan Pemberian Antibiotik Pada Pasien Ispa Bagian Atas Di Puskesmas Pekan Labuhan Medan Pada Bulan Januari–Juni 2017. *BIOLINK (Jurnal Biologi Lingkungan Industri Kesehatan)*, 5(1), 11-21.
- Djam’an Satori dan Aan Komariah. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Gultom, E. (2017). Pelabuhan Indonesia sebagai Penyumbang Devisa Negara dalam Perspektif Hukum Bisnis. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 19(3), 419-444.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- INDONESIA, P. R. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran.
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS INDONESIA (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(12).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice. Hal. 156
- Khadijah, K. (2019). *Kualitas pelayanan pasien pada rumah sakit Islam PKU Muhammadiyah kota Palangka Raya* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Kumara, I. W. S. E., & Utama, I. W. M. (2016). *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Mediasi Kepemimpinan Pada Hotel Satriya Cottages Kuta Bali* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Mowen, Michael minor. (2012). *Perilaku konsumen Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga
- Maharani, A. D., & Darmastuti, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Omar, M. S., Ariffin, H. F., dan Ahmad, R. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects. *6th International Research Symposium in Service Management, IRSSM-6 UiTM Sarawak, Kuching, Malaysia*, 384-392.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Komtemporer. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, 2010. Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian Bandung: Alfabeta.
- Soegoto, A. S. (2013). PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA. *Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1271-1283, 1*.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 137-144.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Alfabeta.
- Tjiptono Fandi dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran strategik*. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy Ph. D. 2011. Pemasaran Jasa. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta