

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA PT. ASDP INDONESIA FERRY (PERSERO) CABANG KUPANG

### *The Influence of Service Quality, Prices, and Facilities on Passenger Satisfaction at PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Kupang Branch*

Sarlianus Poma<sup>1)\*</sup>

<sup>1)</sup> Human Resource Management, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Kupang

Diajukan 1-3-2024 / Disetujui 18-3-2024

#### Abstrak

Nusa Tenggara Timur adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang dikenal dengan provinsi kepulauan. Sebagai provinsi kepulauan, sarana angkutan laut PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dianggap menjadi jasa pelayanan penting untuk bisa menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lain. Kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas menjadi faktor penting yang berkaitan dengan kepuasan penumpang. Kepuasan penumpang dalam menggunakan jasa angkutan laut tersebut tentu ditentukan oleh beberapa faktor yang diambil peneliti di dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang ditawarkan oleh PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang baik secara simultan maupun parsial. Populasi penelitian adalah pengguna jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dengan jumlah responden 55 orang. Purposive sampling dipilih peneliti untuk teknik pengambilan sampel. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis data dengan bantuan SPSS 25,0 for windows. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Kepuasan Penumpang

#### Abstract

East Nusa Tenggara is one of the provinces in Indonesia which is known as an archipelagic province. As an archipelagic province, PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Kupang Branch is considered an important service to be able to connect one area with another area. Service quality, price, and facilities are important factors related to passenger satisfaction. Passenger satisfaction in using sea transportation services is of course determined by several factors taken by researcher in this research, namely service quality, price, and facilities offered by PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Kupang Branch. The research aims to determine the influence of service quality, price, and facilities on passenger satisfaction, both simultaneously and partially. The research population is PT service users ASDP Indonesia Ferry (Persero) Kupang Branch with a total of 55 respondents. Purposive sampling was chosen by the researcher as the sampling technique. Multiple linear regression analysis was carried out to analyze the data with the help of SPSS 25.0 for Windows. The results show that service quality, price, and facilities simultaneously affect passenger satisfaction, service quality partially has no effect on passenger satisfaction, price partially has no effect on passenger satisfaction and facilities partially influence passenger satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Price, Facilities, and Passenger Satisfaction

---

\*Korespondensi Penulis:

E-mail: [charlespoma93@gmail.com](mailto:charlespoma93@gmail.com)

## Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah Negara yang terkenal dengan sebutan Negara kepulauan. Sarana angkutan laut memiliki peran yang sangat penting untuk menghubungkan suatu wilayah dengan wilayah lain. Nusa Tenggara Timur adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang dikenal dengan provinsi kepulauan. Sebagai provinsi kepulauan, sarana angkutan laut dianggap menjadi jasa pelayanan penting untuk bisa menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lain. Hingga saat ini sarana angkutan laut yang masih banyak digunakan oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur adalah Ferry.

Kapal Ferry merupakan sejenis angkutan jasa penyeberangan yang dapat digunakan sebagai angkutan penumpang dan barang melalui jalur atau trayek tertentu (Kmp et al., 2023). Tidak hanya mengangkut penumpang saja, Kapal Ferry juga mengangkut kendaraan, seperti sepeda motor dengan beragam ukuran dan kapasitas beratnya, mobil dengan berbagai ukuran dan kapasitas berat, truk pun demikian, bus pun demikian, dan barang-barang berat lainnya. Untuk melayani masyarakat yang memerlukan sarana angkutan laut dan memperlancar akses dari satu daerah ke daerah lainnya di Nusa Tenggara Timur, maka PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) membuka beberapa kantor cabang pelayanan yang berada hampir di seluruh Indonesia, salah satunya di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT). PT. ASDP Indonesia Ferry Persero adalah Perusahaan BUMN yang mengelola pelabuhan penyeberangan di seluruh Indonesia (Ferry et al., 2013).

Kota Kupang adalah sebuah kota dan sekaligus ibu kota provinsi Nusa Tenggara Timur. Kota Kupang adalah kota yang terbesar di Pulau Timor yang terletak di pesisir Teluk Kupang, bagian barat laut Pulau Timor. Terdapat dua perusahaan transportasi laut yang berada di Kota Kupang, yaitu PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dan PT. Pelni Kupang.

PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) atau ASDP adalah BUMN yang memiliki visi “Terdepan dalam menghubungkan masyarakat dan pasar melalui jasa penyeberangan-pelabuhan terintegrasi dan tujuan wisata waterfront. Salah satu misi PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) adalah menekankan keunggulan operasional melalui budaya pelayanan yang professional dan berkualitas; dan fasilitas pelabuhan terintegrasi, armada dan infrastruktur yang handal; serta layanan berkualitas. Variabel yang hendak diteliti peneliti di dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan penumpang.

Temuan Media Indonesia bahwa penumpang Ferry di Kupang, Nusa Tenggara Timur ramai-ramai memrotes kebijakan pelayanan tiket terkait pemberlakuan pembelian tiket nontunai yang menimbulkan persoalan baru (*MediaIndonesia*, 19/04/2022). Fenomena tersebut juga disaksikan langsung peneliti saat berada di lokasi bahwa pelayanan tiket di loket penjualan tiket ASDP Ferry dinilai lambat. Sebagian besar penumpang merasa kecewa dengan pelayanan publik ASDP Ferry Kupang yang tidak efektif. Masyarakat yang adalah penumpang mengeluh dan merasa bahwa pelayanan tiket di loket penjualan tiket ASDP Ferry Kupang belum memuaskan penumpang. Menurut Kotler dalam (Hüttner, 1999), bahwa kualitas layanan adalah semua karakter barang dan jasa yang menunjukkan kesanggupannya dalam memenuhi kebutuhan penumpang baik *tangible* dan *intangibile*. Meskipun beberapa penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan penumpang sudah dilakukan di Indonesia, PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang kurang mendapat perhatian dalam hal ini.

Pelayanan transportasi laut sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, termasuk dalam pelayanan publik. Pasal 1 menyatakan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai ketentuan perundang-undangan bagi setiap warga Negara atau penduduk atas barang, jasa atau pelayanan administrative yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik (Nurwani et al., 2023).

Faktor-faktor yang dapat mendorong Kepuasan Konsumen (penumpang) di antaranya, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor emosional, biaya, tempat yang strategis dan kemudahan (Asti & Ayuningtyas, 2020). Faktor-faktor ini yang harus diperhatikan dalam

pelayanan publik sehingga konsumen, dalam hal ini penumpang merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Dengan pelayanan publik yang baik akan tercipta loyalitas dari konsumen terhadap jasa tersebut, dalam hal ini PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Kupang.

Manajemen perusahaan harus melibatkan semua karyawan untuk fokus pada keinginan pelanggan (penumpang), yang berarti setiap karyawan harus memahami pentingnya melayani keinginan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas (Ichsan & Nasution, 2022). Kualitas layanan atau kerap disebut sebagai *service quality* merujuk pada kombinasi berbagai ciri suatu layanan yang menjadi penentu tingkat sejauh mana layanan tersebut dapat ditawarkan dan disampaikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan atau kebutuhan konsumennya (Pangaribuan, 2022).

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan penumpang kapal Ferry adalah harga. Yang dimaksudkan di sini adalah harga tiket. Tingginya harga tiket kapal yang tidak diimbangi dengan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan penumpang. Lingkungan internal dan eksternal perusahaan merupakan faktor utama penentuan dan penetapan harga (Pt & Kabupaten, 2019). Harga menurut Kotler dalam (Hüttner, 1999) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Ilmu et al., 2019). Penetapan harga tiket harus mempertimbangkan aspek pendapatan ekonomi masyarakat setempat dan juga aspek keuntungan yang diperoleh perusahaan. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan (Ariyanti et al., 2022). Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk (Rahmandika et al., 2020). Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa (Barcelona et al., 2019). Apa yang akan pelanggan peroleh dengan patokan harga yang ditetapkan perusahaan. Dalam usaha memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan harga yang ditetapkan dengan apa yang akan didapat dengan sejumlah harga tersebut. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk memikat pelanggan (Rusdi, 2019).

Selain kualitas pelayanan dan harga, salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam layanan publik adalah fasilitas. Fasilitas yang lengkap tentu mendukung kenyamanan penumpang. Kenyamanan penumpang merupakan persyaratan utama. Salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih kapal adalah tempat yang nyaman dan fasilitas yang lengkap. Semakin banyak fasilitas yang tersedia akan memberikan kenyamanan lebih maksimal kepada pelanggan, dalam hal ini penumpang (Batam, 2020).

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Dimas & Soliha, 2022). Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung (Rahma & Askriyandoko, 2019). Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen (Menengah & Muhammadiyah, 2022).

Para penumpang kapal akan merasa nyaman bila berada di dalam kapal didukung dengan fasilitas yang baik, bersih dan nyaman. Desain fasilitas jasa sangat berkaitan pembentukan persepsi pelanggan (Mabuka et al., 2023). Menurut Tjiptono, indikator fasilitas ada enam, yaitu pertimbangan atau perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis dan unsur pendukung (Khumaini, 2022). Konsumen sangat merasa nyaman bila berada di sebuah tempat yang didukung oleh fasilitas yang baik dan lengkap. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia (Rutjuhan, 2020).

Kepuasan itu sendiri menurut Kotler dalam (Hüttner, 1999) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan. Konsumen yang puas merupakan asset yang sangat berharga karena apabila konsumen puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi konsumen tidak akan menggunakan jasa tersebut dan akan memberitahukannya kepada konsumen lain (Bau Salman et al., 2023). Kepuasan diharapkan akan membuat konsumen loyal terhadap perusahaan sebagai penyedia jasa (Andriyani & Ardianto, 2020). Kotler & Keller dalam (Hüttner, 1999), mendefinisikan kepuasan konsumen adalah sesuatu yang melibatkan rasa senang dan rasa kecewa karena membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan. Jika hasilnya sesuai apa yang diharapkan, konsumen akan merasa puas (Amarin & Wijaksana, 2021). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamzah, Z & Purwati, A bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan (Hamzah & Purwati, 2019b).

Banyak penelitian terdahulu yang meneliti terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang. Namun, belum ada peneliti terdahulu yang meneliti soal pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang dengan menggunakan jasa angkutan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero). Oleh karena itu, penulis ingin menambahkan satu variabel “fasilitas” di dalam penelitian ini. Berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan bahwa, sebagian penumpang mengeluh soal fasilitas penunjang di lokasi penjualan tiket yang masih kurang, seperti kursi di ruang tunggu yang tidak cukup, sehingga para calon penumpang harus duduk di tanah, karena tidak kebagian tempat duduk. Kemudian, masih banyak ditemukan fasilitas di dalam kapal Ferry yang rusak.

Fenomena dan fakta yang ditemukan peneliti di lokasi penelitian tersebut adalah masalah serius yang perlu dikaji dan diteliti. Berdasarkan pada berbagai fenomena dan fakta yang ditemukan di lapangan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang”

Dengan demikian, rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah: (1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang?, (2) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang? Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. (2) mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan penumpang PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang) (Y)**

Menurut Kotler dalam (Hüttner, 1999) mengemukakan lima aspek yang berpengaruh atau tolak ukur dalam kualitas pelayanan, kelima aspek yang berpengaruh antara lain: *Assurance* (kepastian) yaitu berupa kapasitas pegawai dalam memunculkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perjanjian yang telah disepakati kepada pelanggan. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan dalam menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan, terpercaya dan akurat. *Empathy* (empati) yaitu memberikan masukan atau pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen. *Responsiveness* (daya tanggap) ialah memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. *Tangible* (berwujud) yakni penampilan fisik yang rapi serta peralatan yang digunakan mendukung pelayanan (Ismail & Yusuf, 2021). Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang diterima oleh konsumen dari penawaran produk dan jasa oleh produsen atas kebutuhan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang dilakukan oleh produsen berdasarkan kemampuannya dan kendala yang dihadapi saat itu dengan memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan (Hamzah & Purwati,

2019a). Menurut Kotler dalam (Hüttner, 1999) bahwa kualitas layanan (*Service Quality*) adalah perbandingan dari kualitas yang diterima pelanggan (*perceived quality*), yaitu setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diharapkan (*expected quality*). Artinya jika layanan yang diterima memiliki nilai lebih rendah dari pada layanan yang diharapkan, maka keinginan (*interest*) pelanggan akan berkurang (Widyo Kristantyo, 2021). Menurut Tjiptono (2012:59) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Lesmana, 2017). Kualitas pelayanan sangat penting dalam sebuah perusahaan atau lembaga pelayanan publik. Dengan pelayanan yang baik, konsumen akan merasa nyaman dan akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mohd. Farid Tiza, 2019) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian ini diperoleh persamaan regresi yaitu berwujud (X1), empati (X2), kehandalan (X3), daya tanggap (X4) dan jaminan (X5) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Perusahaan JNE Cabang Ulak Karang Padang. Ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Monica & Marlius, 2023) bahwa Kualitas Pelayanan (*Quality Service*) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) (Monica & Marlius, 2023). Berdasarkan pada deskripsi di atas, berikut adalah hipotesis yang dapat dirumuskan:

H1: Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

#### **Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang) (Y)**

Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur yang lainnya, hanya merupakan unsur biaya saja (Asti & Ayuningtyas, 2020). Harga menurut Kotler (2001:124) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa (Handoko, 2017). Harga mempengaruhi citra dan positioning. Dalam pemasaran produk prestisius yang lebih mengutamakan citra kualitas dan eksklusifitas harga menjadi unsur penting (Nasution & Aslami, 2022). Harga sangat menentukan daya beli konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan harga barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam kasus normal, harga berhubungan terbalik yaitu semakin tinggi harga semakin rendah permintaan. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian oleh perusahaan (Bali, 2022). Karena harga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen tidak ingin apa yang mereka beli tidak ada manfaatnya. Konsumen sudah mengorbankan sesuatu, berupa uang untuk mendapatkan barang atau jasa. Zeithaml (1988) menyebut harga sebagai apa yang diberikan atau dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk (Sutrisno & Darmawan, 2022). Faktor harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Hanifa et al., 2019). Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari Fitria & M. Doni, 2023) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Sari & Marlius, 2023). Rahayu, E (2020) dalam hasil penelitiannya juga mengatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rahayu, 2020). Berdasarkan pada deskripsi di atas, berikut adalah hipotesis yang dapat dirumuskan:

H2: Harga (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

#### **Pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang) (Y)**

Kotler et al., (2016) mengemukakan bahwa fasilitas (*facility*) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk menunjang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan (Maulidiah et al., 2023). Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan

pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan (Suhardi et al., 2022). Fasilitas dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan di lingkungan, ini dimaksudkan agar memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar pelanggan atau konsumen merasa nyaman dan puas (Fadhillah & Haryanti, 2021). Fasilitas yang baik dan lengkap akan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan tentunya lebih merasa nyaman di sebuah tempat yang memiliki fasilitas yang lengkap dan bersih. Hal ini bisa memicu kepuasan pelanggan atas jasa yang mereka gunakan. Fasilitas adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan. Karena fasilitas bisa berdampak pada kepuasan pelanggan. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulidia et al., 2023 bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Maulidiah et al., 2023). Hasil penelitian serupa dari Suhardi et al., bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Suhardi et al., 2022). Berdasarkan pada deskripsi di atas, berikut adalah hipotesis yang dapat dirumuskan:

H3: Fasilitas (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengakomodir tujuan penelitian (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Secara definisi, menurut (Sugiyono, 2017:15) metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif dilakukan dengan suatu metode filsafat positivisme, datanya bersifat statis dengan tujuan untuk meneliti populasi serta sampel (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Kuesioner berbasis online melalui Google Form digunakan sebagai pengumpulan data primer (Pio & Tampi, 2018).

Sampel yang diambil dan diuji dalam penelitian ini sejumlah 55 responden. Sampel ini didapatkan peneliti melalui metode purposive sampling yang dirasa cocok dan pantas untuk digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik pengambilan sampel. Alasannya adalah dengan penentuan kriteria yang jelas, penelitian ini dapat menjawab permasalahan yang sudah digambarkan sebelumnya. Kriteria yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Usia minimum 20 tahun dan maksimum 50 tahun.
2. Pendidikan minimum Sekolah Menengah Atas (SMA)
3. Pernah menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.
4. Minimal menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang adalah dua kali dalam setahun.
5. Pengguna jasa angkutan/kapal lain tidak termasuk.

Instrumen penelitian adalah kuesioner yang dituliskan melalui media digital yaitu google form untuk memudahkan penyebaran. Variabel independen dalam adalah Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3). Sementara, variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Penumpang/Pelanggan (Y).

Seluruh teknik analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Proses pengujian dimulai dengan menguji instrumen penelitian. Hal ini dilakukan dengan uji validitas untuk masing-masing item pertanyaan. Berikutnya adalah uji reliabilitas, dilakukan dengan menguji tiap variabel. Kemudian menguji pengaruh, peneliti menggunakan uji analisis regresi berganda. Untuk itu, syarat dapat melakukan uji ini adalah perlu memenuhi uji asumsi klasik terlebih dahulu. Setelah memenuhi syarat tersebut, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linear berganda dilanjutkan uji hipotesis dan koefisien determinasi.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini berhasil mendapatkan sejumlah 55 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Google form digunakan untuk mempermudah proses penyebaran kuesioner dan selanjutnya menggunakan SPSS untuk mempermudah proses analisisnya.

**Deskripsi Karakteristik Responden**

Gambaran umum responden didasarkan pada ciri-ciri atau identitas yang ditanyakan dalam kuesioner penelitian ini (Pio & Tampi, 2018).

**Tabel 1. Berapa kali naik Fery**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dua Kali	4	7.3	7.3	7.3
	Tiga Kali atau Lebih	51	92.7	92.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: *Data Olahan SPSS versi 25, 2024*

Berdasarkan tabel.1, Analisis deskriptif mendapat hasil bahwa dari 55 responden, terdapat 4 orang (7,3%) yang menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang sebanyak dua kali, dan 51 orang (92,7%) menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang sebanyak tiga kali atau lebih.

**Tabel 2. Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	26	47.3	47.3	47.3
	Perempuan	29	52.7	52.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: *Data Olahan SPSS versi 25, 2024*

Berdasarkan tabel 2. untuk kategori jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang (47,3%), dan perempuan sebanyak 29 orang (52,7%).

**Tabel 3. Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	6	10.9	10.9	10.9
	20– 30 tahun	47	85.5	85.5	96.4
	31– 40 tahun	2	3.6	3.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: *Data Olahan SPSS versi 25, 2024*

Berdasarkan tabel 3. untuk kategori usia, sebanyak 6 orang (10,9%) yaitu < 20 tahun, 47 orang (85,5%) yaitu 20 – 30 tahun, dan 2 orang (3,6%) yaitu 31 – 40 tahun.

**Tabel 4. Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	15	27.3	27.3	27.3
	D III	2	3.6	3.6	30.9
	S I/S2/S3	38	69.1	69.1	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan tabel 4. untuk kategori pendidikan, sebanyak 15 orang (27,3%) yaitu SMA/SMK, 2 orang (3,6%) yaitu D-III, dan 38 orang (69,1%) yaitu S-1/S-2.

**Tabel 5. Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	5	9.1	9.1	9.1
	Pegawai Swasta	21	38.2	38.2	47.3
	Wiraswasta	13	23.6	23.6	70.9
	Pelajar/Mahasiswa	15	27.3	27.3	98.2
	Petani	1	1.8	1.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan tabel 5. untuk kategori pekerjaan, sebanyak 5 orang (9,1%) yaitu ASN/PNS, 21 orang (38,2%) yaitu Pegawai Swasta, 13 orang (23,6%) yaitu Wiraswasta, 15 orang (27,3%) yaitu Pelajar/Mahasiswa, dan 1 orang (1,8%) yaitu Petani.

**Tabel 6. Pendapatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	20	36.4	36.4	36.4
	≥ Rp 500.000 – Rp 1.000.000	8	14.5	14.5	50.9
	Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	13	23.6	23.6	74.5
	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	8	14.5	14.5	89.1
	Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000	6	10.9	10.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Berdasarkan tabel 6. untuk kategori pendapatan adalah sebanyak 20 orang (36,4%) yaitu < Rp 500.000, 8 orang (14,5%) yaitu Rp 500.000 – Rp 1.000.000, 13 orang (23,6%) yaitu Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000, 8 orang (14,5%) yaitu Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000, dan 6 orang (10,9%) yaitu Rp 3.500.000 – 5.000.000.

### Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017:193) langkah pertama melakukan uji untuk masing-masing item instrumen adalah dengan uji validitas digunakan untuk mengukur sejumlah data yang dilaporkan oleh peneliti itu valid atau tidak (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Uji ini dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian. Ini dilakukan dalam rangka memastikan bahwa instrumen tersebut dapat mengukur segala sesuatu yang hendak diukur oleh peneliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu memenuhi syarat valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Dari syarat tersebut dan hasil uji, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan dikatakan valid. Pernyataan untuk semua variabel menunjukkan hasil  $R_{hitung} \geq R_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $\leq 0,05$  (Kayely et al., 2023). Ini artinya bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017: 193), uji reliabilitas adalah alat uji yang digunakan peneliti untuk mengukur konsistensi objek yang sama selama beberapa kali ini tetap menghasilkan data yang sama (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Ini memiliki arti bahwa uji reliabilitas ini digunakan untuk memastikan konsistensi. Dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Berdasarkan pada syarat tersebut dan hasil uji, maka diperoleh hasil dapat yang dtunjukkan pada tabel 1. Berdasarkan pada hasil uji, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Kepuasan Penumpang/Pelanggan ini reliabel.

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar $\alpha$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,932	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,887	0,60	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,961	0,60	Reliabel
Kepuasan Penumpang/Pelanggan (Y)	0,978	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

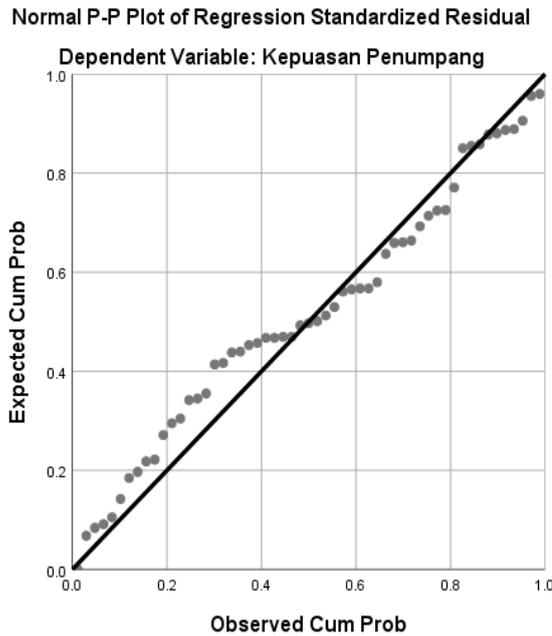
### Uji Asumsi Klasik

Apabila seorang peneliti menggunakan analisis regresi untuk melakukan uji pengaruhnya dan mengetahui hasilnya, maka penelitian tersebut harus memenuhi syarat yang diberikan dalam langkah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini dapat dikatakan sebagai salah satu uji prasyarat yang wajib untuk dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terutama dalam analisis regresi. Pengujian pada asumsi klasik ini ditujukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE atau *Best Linier Unbiased Estimator* (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linieritas.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak (Kayely et al., 2023). Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan menggunakan P-Plot. Menurut Ghozali (2011:161), model regresi dapat dikatakan berdistribusi dengan normal ketika titik plotting mengikuti garis diagonal.

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot**



*Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024*

Berdasarkan Gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal grafik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

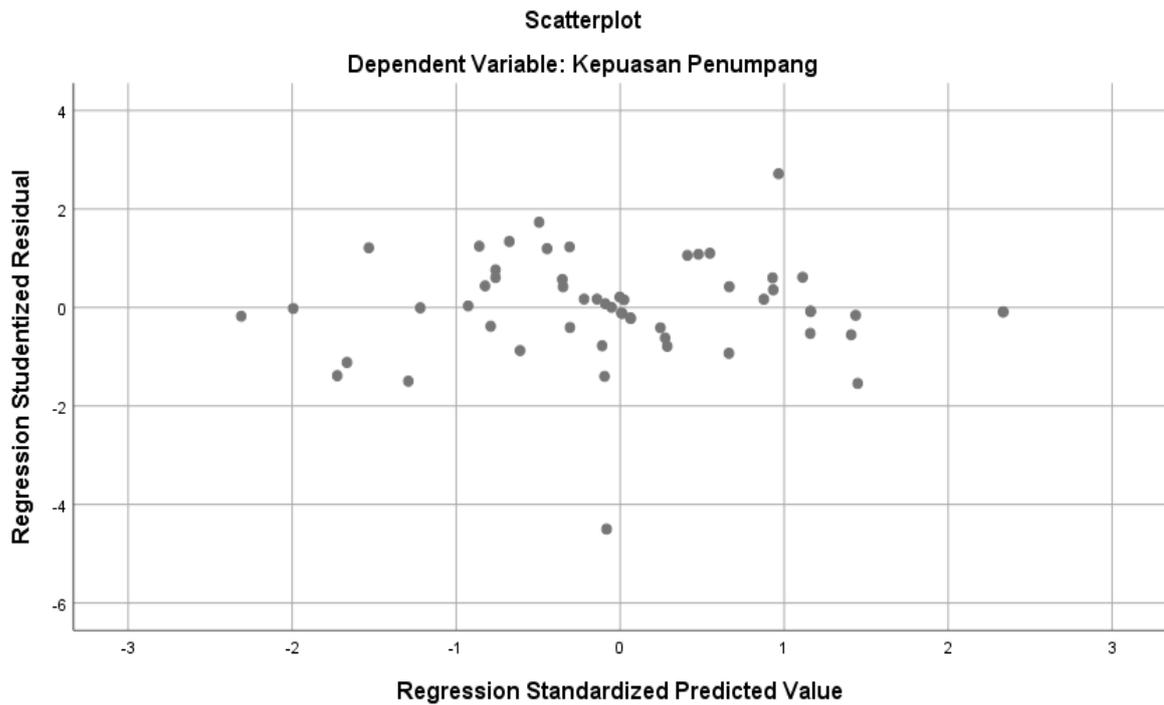
**Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Independen	Variabel Dependen	Tolerance	VIF Value	VIF Critical	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Penumpang/Pelanggan (Y)	0,295	3,390	10,0	Non multikolinearitas
Harga (X2)		0,319	3,130	10,0	Non multikolinearitas
Fasilitas (X3)		0,318	3,145	10,0	Non multikolinearitas

*Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024*

Langkah selanjutnya dilakukan uji multikolinearitas. Hasilnya diperoleh bahwa seluruh variabel memenuhi syarat nilai tolerance independent > 0,10 dan nilai VIF < 10,0. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Apabila sudah memenuhi syarat ini maka dapat dikatakan bahwa tidak ditemukan korelasi antara variabel independent.

**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Gambar 2 di atas terlihat jelas bahwa titik-titik tersebut menyebar, tidak membentuk suatu pola tertentu, dan di bawah nol sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 9. Hasil Uji Linieritas**

Hubungan	Deviation From Linearity
X1 Terhadap Y	0,004
X2 Terhadap Y	0,013
X3 Terhadap Y	0,340

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Hasil uji linieritas perlu memenuhi syarat tingkat signifikan variabel independent  $> 0,05$ . Dari hasil uji di penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga tidak memiliki hubungan linear dengan variabel Kepuasan Penumpang/Pelanggan dengan tingkat signifikansi  $< 0,05$ . Sedangkan, variabel Fasilitas memiliki hubungan linear dengan Kepuasan Penumpang/Pelanggan dengan tingkat signifikansi  $> 0,05$ .

### Analisis Regresi Linear Berganda

Langkah selanjutnya adalah pemenuhan teknik analisis data melalui regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan dengan  $F_{hitung} 63,032 > F_{tabel} 2,78$  atau nilai sig.  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 10. Hasil Regresi Linier Berganda  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.395	4.159		.095	.925
	Kualitas Pelayanan	.081	.136	.071	.599	.552
	Harga	-.027	.202	-.015	-.136	.893
	Fasilitas	.784	.107	.842	7.358	.000

Sumber: Data Olahan SPSS versi 25, 2024

Persamaan regresi:

$$Y = (-0,395) + 0,081X1 + (-0,027X2) + 0,784X3$$

### Uji Hipotesis

Hasil uji F dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan dengan  $F_{hitung} 63,032 > F_{tabel} 2,78$  atau nilai sig.  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima. Berdasarkan tabel 4, hasil uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Penumpang) dengan  $t_{hitung} 0,599 < t_{tabel}$  yaitu 2,007 atau sig yaitu  $0,552 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak. Variabel Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Penumpang) dengan  $t_{hitung} -0,136 < t_{tabel}$  yaitu 2,007 atau sig yaitu  $0,893 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak. Variabel Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Penumpang) dengan  $t_{hitung} 7,358 > t_{tabel}$  yaitu 2,007 atau sig yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa jauh variabel independen penelitian secara bersama-sama dapat memberikan pengaruh pada variabel dependennya (Sri Katrina Bangnga Lestari et al., 2023). Hasilnya bahwa 77,5% Kepuasan Pelanggan (Penumpang) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas secara bersama-sama. Sisanya yaitu 22,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai  $t_{hitung} 0,599 < t_{tabel} 2,007$  atau nilai probabilitas (sig.) sebesar  $0,552 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang). Penelitian ini selaras dengan penelitian di dalam (Journal, 2023) bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap influencer media sosial. Dalam konteks ini, influencer sosial media bisa dipahami sebagai pelanggan. Dengan demikian, dalam konteks PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang, Kualitas Pelayanan bukan menjadi pertimbangan utama dan faktor penting seorang pelanggan (penumpang). Seorang pelanggan (penumpang) lebih fokus pada pertimbangan lainnya selain kualitas layanan dan harga. Kualitas pelayanan di PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang terkesan lambat dan menciptakan kekecewaan dari para penumpang terhadap pelayanannya yang kurang memuaskan. Penumpang merasa nyaman dengan layanan dari PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang, meskipun ada beberapa kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam pelayanan dan juga ada kekecewaan dari para penumpang terhadap pelayanan yang kurang prima. Namun dalam konteks penelitian kali ini, responden kurang mempertimbangkan kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan mereka. Mereka mempunyai faktor pertimbangan lain dalam memenuhi kepuasan mereka. Kekecewaan – kekecewaan itu tidak berdampak buruk pada kualitas layanan di PT tersebut. Sehingga, Kualitas Pelayanan kurang menjadi stimulus bagi responden dalam menentukan keputusan untuk menggunakan jasa angkutan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai  $t_{hitung} 0,136 < t_{tabel} 2,007$  atau nilai probabilitas (sig.) sebesar  $0,893 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga

berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang). Penelitian ini selaras dengan penelitian (Prasasti & Maisara, 2022) bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dalam konteks PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang, Harga bukan menjadi pertimbangan utama dan faktor penting seorang pelanggan (penumpang). Seorang pelanggan (penumpang) lebih fokus pada pertimbangan lainnya selain kualitas layanan dan harga. Harga ticket yang ditetapkan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang sudah mempertimbangkan jarak dari satu daerah ke daerah lain. Penetapan harga ticket kapal ini tentu sudah dipertimbangkan secara baik oleh pihak perusahaan dalam hal ini PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Penumpang merasa nyaman dan tidak ada persoalan terkait dengan harga ticket dari PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Dalam konteks penelitian kali ini, responden kurang mempertimbangkan faktor harga dalam memenuhi kepuasan mereka. Mereka mempunyai faktor pertimbangan lain dalam memenuhi kepuasan mereka. Harga ticket tidak berdampak buruk pada kepuasan penumpang. Sehingga, Harga ticket kurang menjadi stimulus bagi responden dalam menentukan keputusan untuk menggunakan jasa angkutan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai  $t_{hitung} 7,358 > t_{tabel} 2,007$  atau nilai probabilitas (sig.) sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang). Fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Fasilitas yang nyaman, bersih dan lengkap akan membuat penumpang (pelanggan) merasa puas, loyal dan semakin tertarik untuk terus menggunakan jasa angkutan laut PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Hasil tersebut selaras dengan penelitian (Prasasti & Maisara, 2022) bahwa variabel Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengguna jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang tentu lebih memperhatikan kenyamanan saat berada di pelabuhan maupun fasilitas di dalam kapal Ferry itu sendiri. Ini artinya pihak perusahaan harus menyediakan fasilitas di lingkungan tersebut agar penumpang merasa nyaman berada di sekitar area tersebut. Kenyamanan itu akan membuat penumpang semakin loyal untuk menggunakan jasa angkutan laut PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Fasilitas yang baik akan berdampak baik pada reputasi perusahaan tersebut, begitupun sebaliknya. Jadi, Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena kenyamanan seorang mempengaruhi nama baik pada perusahaan tersebut (Prasasti & Maisara, 2022).

## Simpulan

Penelitian mendapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang), Kualitas Pelayanan dan Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang), Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Penumpang). Oleh karena itu, direkomendasikan kepada perusahaan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang untuk lebih memperhatikan mengenai stimulasi pada Fasilitas untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Penumpang). PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang perlu memperhatikan aspek fasilitas seperti perlu menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang berada di pelabuhan dan juga fasilitas di dalam kapal. Fasilitas yang masih kurang perlu diadakan, seperti kursi bagi para penumpang yang sedang menunggu jadwal keberangkatan, dan beberapa fasilitas lainnya di ruang tunggu di pelabuhan yang tentunya masih belum lengkap. Aspek kebersihan dan kerapian di pelabuhan dan juga di dalam kapal juga harus diperhatikan oleh pihak perusahaan. Fasilitas yang sudah ada harus dibersihkan. Ini harus dilakukan pihak PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang untuk membangkitkan gairah pelanggan, dalam hal ini penumpang sehingga mereka merasa bahagia dan nyaman saat berada di pelabuhan juga bahagia dan nyaman saat berada di dalam kapal. Dengan melakukan stimulasi positif pada aspek fasilitas, PT. ASDP

Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang diharapkan mampu menggaet pelanggannya untuk terus menggunakan jasa angkutannya.

PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dapat lebih memperhatikan kelengkapan fasilitas yang ada baik di ruang tunggu di pelabuhan maupun fasilitas lainnya di dalam kapal. Penumpang memerlukan suasana yang aman dan nyaman saat hendak melakukan perjalanan dari satu daerah ke daerah yang lain. Selain itu, pihak PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dapat lebih meningkatkan dan membuat lebih menarik tatanan fasilitas baik di ruang tunggu, di luar ruang tunggu, maupun di dalam kapal agar para penumpang tidak merasa bosan dan jenuh dengan situasi sekitar dan para penumpang dapat merasa puas dan senang atas fasilitas yang disediakan oleh PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang dapat lebih meningkatkan penawaran-penawaran fasilitas dengan selalu mengikuti perkembangan tren sehingga dapat menarik perhatian pelanggan (penumpang) dan tentunya penumpang akan loyal untuk terus menggunakan jasa PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.

Bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan beberapa variabel lain. Karena hasil uji koefisien determinasi masih mencapai 77,5% sehingga masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Penumpang) di PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang. Variabel yang dimaksud tentu di luar penelitian ini seperti misalnya kemudahan akses pembayaran ticket, kelancaran akses, kemudahan penggunaan, keamanan dan kenyamanan di lingkungan sekitar, keamanan dan kenyamanan saat berada di dalam kapal dan lain sebagainya. Selain itu pula dapat juga melakukan mediasi atau moderasi dan memperluas cakupan sampel sehingga dapat mengetahui pengaruh secara luas Kepuasan Pelanggan (Penumpang) pada PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Kupang.

#### Daftar Pustaka

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *IX*, 85–94.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 34. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23560.34-42>
- Batam, D. I. K. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada holiday hotel di kota batam. *VIII*(1), 20–27.
- Bau Salman, A., Muzakkir, & Naida. (2023). PRECISE : Journal of Economic. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada RSUD Lamaddukelleng Sengkang KABUPATEN WAJO, 2(1), 37–43.
- Dimas, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358.

- <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Fadhillah, F., & Haryanti, I. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 125–139.
- Ferry, I., Cabang, P., & Di, K. (2013). *Kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna jasa penyeberangan pada kapal motor penumpang prathita pt asdp indonesia ferry (persero) cabang ketapang di banyuwangi*. 5, 15–23.
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019a). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019b). the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 3, 98–105.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658>
- Hüttner, M. (1999). Marketing-Management. In *Marketing-Management*. <https://doi.org/10.1515/9783486801125>
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa Effect Of Quality Of Service And Price On Customer Satisfaction In PT . Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa*. 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Ilmu, F., Institut, A., Sosial, I., & Manajemen, D. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN Abdul Gofur*. 4(1), 37–44.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Journal, E. (2023). *Creative Economy: The Influence of Service Quality, Product Quality, Store Atmosphere, and Social Media on Culinary Consumer Satisfaction in Garut Raya*. 7(2), 147–160.
- Kayely, E. G. D., Tewal, B., Uhing, Y., Rekrutmen, P., Kerja, P., Karir, D. A. N. P., Kayely, E. G. D., Tewal, B., & Uhing, Y. (2023). *TERHADAP KEPUASAN KERJA ANGGOTA KEPOLISIAN DI POLRES BOLAANG MONGONDOW TIMUR THE EFFECT OF RECRUITMENT , JOB PLACEMENT , AND CAREER DEVELOPMENT ON JOB SATISFACTION OF POLICE OFFICERS AT THE EAST BOLAANG MONGONDOW POLICE Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 Oktober. 11(4)*, 404–415.
- Khumaini, S. (2022). *Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang*.
- Kmp, P., Palangga, S., Pelabuhan, D. I., Ferry, I., Cabang, P., & Pada, S. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENYEBERANGAN BIRA-JAMPEA-LABUAN BAJO PT . ASDP PANDEMI COVID-19*. 2(3), 1009–1020.
- Lesmana, R. (2017). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata*. 2(2), 115–129.
- Mabuka, A., Tampi, D., & Sibilang, N. P. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen: Kajian Eksplorasi Persepsi Konsumen di Pelabuhan Laut Kota Manado Pada Tahun 2023. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 324–338.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas

- Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Menengah, S., & Muhammadiyah, K. (2022). *P - ISSN E - ISSN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 1 Juli 2022. 11(1).
- Mohd. Farid Tiza, F. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. *INA-Rxiv*, 1–8.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nasution, R. W. S., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 111–118. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.896>
- Nurwani, A., Tahir, M., Harakan, A., Negara, I. A., Makassar, U. M., Negara, I. A., Makassar, U. M., Negara, I. A., & Makassar, U. M. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KMP BALIBO DI PELABUHAN PAMATATA PT. ASDP INDONESIA FERRY ( PERSERO ) CABANG SELAYAR. 4.*
- Pangaribuan, N. S. (n.d.). *PENUMPANG PADA LAYANAN TRANSPORTASI LAUT ( Studi Kasus : PT ASDP Lintas Merak-Bakauheni ). 5(2)*, 67–86.
- Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). The influence of spiritual leadership on quality of work life, job satisfaction and organizational citizenship behavior. *International Journal of Law and Management*, 60(2), 757–767. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-03-2017-0028>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Pt, P., & Kabupaten, A. (2019). *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Volume 1, No. 1, 2019. 1(1)*, 90–111.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Rahma, P., & Askriyandoko, T. (2019). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.* 180–194.
- Rahmandika, Y. F., Pr, L., & Purwanto, H. (2020). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi ISSN: 2502-3055 TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Survei pada Konsumen Biro Pariwisata Kencana Tour di Simo Boyolali EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi ISSN: 2502-3055. 8(1).*
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Rutjuhan, A. (2020). *Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. 13(1).*
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Sri Katrina Bangsa Lestari, M. T. E., Desiana, dan F., Pranatasari, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, U. S. D., & Timur, J. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1353–1361. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI*

- Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–12.
- Widyo Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>