

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bongkar Muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Cabang Kendari

Nunut Asniar¹, Dwi Kartika Prananingrum², Zulfikar Putra³, Yasir⁴

^{1,2,4} Program Studi Manajemen, Institut Dharma Bharata Kendari

³ Program Studi PPKn, Universitas Sembilanbelas November Kolaka

e-mail: asniarnunut54@gmail.com

Abstrak

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan dan mempertahankan citra yang baik di mata pelanggannya. Untuk itu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis bongkar muat barang adalah menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang terbaik dalam menunjang kinerja dan performa dari pelayanan yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Cabang Kendari. Metode yang digunakan yaitu simple random sampling dengan melibatkan 58 responden. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka. Hasil penelitian menggunakan uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi untuk variabel bukti fisik dan ke, handalan tidak signifikan untuk variabel daya tanggap. Jaminan dan empati itu signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan uji simultan menunjukkan bahwa Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Bongkar Muat

Abstract

Every company is required to make customers feel satisfied by providing better offers and services, considering that the company must be able to maintain its market position in the midst of competition and maintain a good image in the eyes of its customers. For that the company must be able to provide satisfaction to customers. One strategy that can support success in the loading and unloading business of goods is to offer quality services with the best service quality, which can be seen in the performance and performance of existing services. The purpose of this study was to determine and analyze the quality of service on loading and unloading customer satisfaction at PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Kendari Branch. The method used is simple random sampling involving 58 respondents. Primary data was collected through distributing questionnaires and secondary data was collected through literature study. The results of the study using the partial test show that service quality has a positive effect but for physical evidence and reliability variables, reliability is not significant for responsiveness variables. Assurance and empathy are significant to consumer satisfaction. Research using simultaneous tests shows that Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy (empathy) together have a significant effect on customer satisfaction at PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Kendari Branch.

Keywords : Service Quality, Consumer Satisfaction, unloading

PENDAHULUAN.

Eksistensi suatu negara menjadi diperhitungkan oleh negara lain, jika mampu memanfaatkan setiap potensi yang dimiliki dalam menggerakkan setiap sektor usaha demi kemajuan negaranya. Indonesia merupakan negara kepulauan terluas di dunia. Pelabuhan adalah bagian dari instrumen pendukung dalam menggerakkan ekonomi sebagai *connector* (penghubung) antara satu wilayah dengan wilayah lainnya bahkan satu negara dengan negara lainnya. Segala aktivitas di pelabuhan memiliki peranan kunci dalam menunjang berbagai bidang diantaranya bidang pertahanan, perekonomian dan perikanan. Berbagai jenis pelabuhan dan prasarananya dikembangkan untuk memaksimalkan fungsi pelabuhan itu sendiri, demikian juga desain pelabuhan itu sendiri dibuat agar bisa terus berkembang serta dapat mengikuti perkembangan zaman. Semakin geliatnya teknologi informasi, menuntut setiap perusahaan untuk melakukan berbagai terobosan dalam memberikan layanan cepat, tepat dan hasil yang memuaskan sesuai kebutuhan pengguna jasa pelabuhan. Salah satu aspek yang penting dalam menunjang kelangsungan suatu perusahaan adalah dengan memaksimalkan aspek pemasaran. Dalam pemasaran modern, paradigma pemasaran mengalami pergeseran, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan harus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dalam rentan waktu yang panjang. Olehnya setiap perusahaan diperhadapkan dengan tuntutan untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan citra yang baik dimata *customer* (pelanggannya). Kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (hasil) yang telah diharapkan (Syaikh, 2017).

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian kosumen tentang inti dan pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menempatkan tuntutan terhadap pelayanan prima yang baik, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Adhiyanto,2012). Disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah totalitas karakteristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan, dan tolakukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa yang disediakan sebagai solusi atas permasalahan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sehingga sesuai dengan harapan (*ekspektasi*) pelanggan. Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan (Gronross,1990). Disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian. Pada dasarnya konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan suatu tingkat harapan sebagai acuan yang telah terdapat dalam benak atau pemikiran mereka. Kepuasan pelanggan dapat menuju terwujudnya konsumen yang loyal dan setia.

Bongkar Muat

Kegiatan bongkar muat adalah kegiatan membongkar barang-barang dari atas kapal dengan menggunakan *crane* dan *sling* kapal ke daratan terdekat ditepi kapal, yang lazim disebut dermaga kemudian dari dermaga dengan menggunakan lori, forklift dimasukkan dan ditata ke dalam gudang terdekat yang ditunjuk oleh

syahbandar pelabuhan. Sementara kegiatan muat adalah kegiatan yang sebaliknya. Operasi bongkar muat dar/ ke kapal. Penyelenggara Bongkar Muat sebagaimana yang telah diatur dalam pasal 2 Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM. 60 Tahun 2014 adalah kegiatan usaha bongkar muat barang dari dan ke kapal di pelabuhan yang mekanismenya meliputi stevedoring, cargodoring, dan receiving/delivery dan dilaksanakan oleh badan usaha yang memiliki izin usaha dan didirikan khusus untuk bongkar muat. Penyelenggara bongkar muat di pelabuhan dilaksanakan dengan menggunakan peralatan bongkar muat yang telah memiliki layak operasi, menjamin keselamatan kerja, dan dilaksanakan oleh tenaga kerja yang wajib memiliki sertifikat kompetensi (Rasyid, 2016).

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis bongkar muat barang adalah menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang terbaik dengan melihat kinerja dan performa dari pelayanan yang ada.

Adapun tujuan utama dari bongkar muat PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan program pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan melalui pelayanan jasa kepelabuhan, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dengan cara menyelenggarakan usaha jasa kepelabuhan dan usaha-usaha lainnya yang mendukung mutu pelayanan jasa kepelabuhan, misalnya dermaga dan fasilitas lain untuk bertambat bongkar muat barang, angkutan penumpang, alat bongkar muat serta jasa-jasa lain yang berhubungan dengan pemanduan kapal dan penundaan kapal. PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari juga menyadari bahwa pelayanan kepelabuhan merupakan syarat utama sebagai ujung tombak dari bisnis atau usaha tersebut. Seperti perusahaan jasa pada umumnya, PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan dan tentunya didukung dengan program pengembangan karyawan yang efektif. Pelayanan terbaik yang dimaksud disini adalah bersikap ramah dengan pengguna jasa, mendengar dengan baik (dengan hati) setiap keluhan pengguna jasa dan membantu setiap kebutuhan pengguna jasa dalam hal bongkar muat.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menghasilkan data dalam bentuk angka yang akan disusun berdasarkan pendekatan kuantitatif bersifat asosiatif kausalistik karena peneliti ingin melihat pengaruh sebab akibat antar variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X), variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2017).

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari dengan sampel penelitian kepada konsumen (pelanggan) yang telah melakukan bongkar muat. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 58 eksampler, semua kuesioner memenuhi kriteria. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari usia, pendidikan terakhir, dan berapa kali menggunakan jasa bongkar muat.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini adalah tabulasi karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
20-25 Tahun	12	20,7
26-30 Tahun	10	17,2
31-35 Tahun	20	34,5
≥ 35 Tahun	16	27,6
Total	58	100%

Berdasarkan tabel. 1 menunjukkan bahwa dari 58 responden, berusia 20-25 tahun sebesar 20,7%, berusia 26-30 tahun sebesar 17,2%, berusia 31-35 tahun sebesar 34,5% dan berusia ≥ 35 tahun sebesar 27,6%. Berdasarkan usia responden tersebut memberikan gambaran bahwa pelanggan lebih banyak yang berusia 31-35 tahun karena saat peneliti menyebar kuesioner, peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berusia 31-35 tahun. Hal ini dikarenakan responden yang berusia yang berusia 31-35 tahun adalah usia dimana banyak para pengusaha yang menggunakan jasa bongkar muat untuk barang usaha mereka dan pada saat usia tersebut mereka juga lebih semangat dalam mengembangkan usahanya sehingga banyak membutuhkan jasa bongkar muat untuk lebih mengembangkan usaha mereka menjadi yang lebih baik.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut ini adalah tabulasi karakteristik responden berdasarkan pendidikan:

Tabel. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Kategori	Jumlah	Bidang
	(Nominal Orang)	%
SMA/Sederajat	21	36,2
Diploma	15	25,9
Sarjana	12	20,7
Lainya	10	17,2
Total	58	100

Berdasarkan tabel. 2 dapat dilihat dari 58 responden, bahwa karakteristik responden berdasarkan mayoritas pendidikan menunjukkan bahwa SMA/Sederajat dengan persentasi 36,2%, Diploma sebesar 25,9%, Sarjana sebesar 20,7%, dan lainnya sebesar 17,2%. Jadi mayoritas pengguna jasa bongkar muat yaitu yang memiliki pendidikan SMA/Sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa profesi apapun bisa melakukan usaha yang didalamnya menggunakan jasa bongkar muat termasuk tingkat pendidikan Diploma, SMA, Sarjana maupun lainnya

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berapa Kali Pengguna Jasa Bongkar Muat

Berikut ini adalah tabulasi karakteristik responden berdasarkan jumlah berapa kali pengguna jasa bongkar muat:

Tabel. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berapa Kali Menggunakan Jasa Bongkar Muat

Kategori	Jumlah	Bidang
	(Nominal Orang)	%
2 - 4 kali	28	48,3
5 – 8 kali	12	20,7
8 – 12 kali	10	17,2
Lebih dari 12 kali	8	13,8
Total	58	100

Berdasarkan tabel. 3 dapat dilihat dari 58 responden, menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang menggunakan jasa bongkar muat yaitu 2-4 kali sebesar 48,3%, 5-8 kali sebesar 20,7%, 8-12 kali sebesar 17,2%. Sisanya lebih dari 12 kali sebesar 13,8%. Yang paling dominan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa bongkar muat adalah sebanyak 2-4 kali. Hal ini dikarenakan banyaknya pelanggan dengan tingkat usaha yang masih kecil sehingga pelanggan masih sering menggunakan jasa yang lainya dan hanya beberapa kali saja menggunakan jasa bongkar muat dalam proses pengiriman barangnya.

Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik) (X₁), *reliability* (kehandalan) X₂), *responsiveness* (daya tanggap) (X₃), *assurance* (jaminan) (X₄), dan *empathy* (empati) (X₅) terhadap variable terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen (Syaikh, 2017). Nilai koefisien regresi linear berganda dapat di lihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.497	3.035		-.164	.871
1 Tangible (X1)	.104	.058	.251	1.802	.077
Reliability (X2)	.076	.064	.145	1.190	.240
Responsiveness (X3)	.284	.104	.393	2.740	.008
Assurance (X4)	.418	.124	.426	3.373	.001
Empathy (X5)	.187	.078	.287	2.386	.021

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : hasil pengolahan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4 dapat dirumuskan model persamaan linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -0,497+ 0,104X_1 + 0,076X_2 + 0,284X_3 -0,418X_4 + 0,187X_5+ e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan konsumen
X1 = *Tangible* (bukti fisik)
X2 = *Reliability* (kehandalan)
X3 = *Responsiveness* (daya tanggap)
X4 = *Assurance* (jaminan)
X5 = *Empathy* (empati)
 α = Konstanta
b1,..b5 = Koefisien regresi linier berganda
 e = Tingkat Kesalahan

Berdasarkan persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstanta (α) = -0,497. Ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variable *Tangible* (X_1), *Reliability* (Kehandalan) (X_2), *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_3), *Assurance* (Jaminan) (X_4), Dan *Empathy* (Empati) (X_5) adalah 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) pada jasa bongkar muat PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari sebesar -0.497 .
- b. Koefisien $b_1(X_1) = 0,104$. Ini menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (Bukti Fisik) (X_1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain, jika variabel *Tangible* (Bukti Fisik) ditingkatkan, maka Kepuasan Konsumen (Y) jasa bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari sebesar 0,104 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Koefisien $b_2(X_2) = 0,076$. Ini menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (Kehandalan) (X_2) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain, jika variabel *reliability* (Kehandalan) ditingkatkan, maka Kepuasan Konsumen (Y) jasa bongkar muat pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari sebesar 0,076 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. Koefisien $b_3(X_3) = 0,284$. Hal Ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_3) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain, jika variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ditingkatkan, maka kepuasan konsumen jasa bongkar muat pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari sebesar 0,284 dengan asumsi variabel lain tetap.
- e. Koefisien $b_4(X_4) = 0,418$. Ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* (jaminan) (X_4) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain, jika variabel *Assurance* (Jaminan) ditingkatkan, maka kepuasan konsumen (Y) jasa bongkar muat pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari sebesar 0,418 dengan asumsi variabel lain tetap.
- f. Koefisien $b_5(X_5) = 0,187$. Ini menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (Empati) (X_5) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain, jika variabel *Empathy* (Empati) ditingkatkan, maka Kepuasan Konsumen (Y) bongkar muat pada PT Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari sebesar 0,187 dengan asumsi variabel lain tetap.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan uji statistic t (uji- t). jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan sebagai berikut

Tabel 4. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.497	3.035		-.164	.871
1 Tangible (X1)	.104	.058	.251	1.802	.077
Reliability (X2)	.076	.064	.145	1.190	.240
Responsiveness (X3)	.284	.104	.393	2.740	.008
Assurance (X4)	.418	.124	.426	3.373	.001
Empathy (X5)	.187	.078	.287	2.386	.021

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : hasil pengolahan SPSS (2022)

$T_{tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$

$= t (0,05/2 ; 58-5-1)$

$= t (0,025 ; 52)$

$= 2,007$

1. *Tangible* (Bukti Fisik) (X₁)

Variabel bukti fisik memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.802 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai t_{hitung} (1,802) < t_{tabel} (2,007) dengan tingkat signifikan sebesar 0,077 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) (X₁) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya tidak ada hubungan pengaruhnya. Artinya jika *tangible* (bukti fisik) baik atau buruk tidak diikuti oleh pengaruh baik atau buruknya kepuasan konsumen bongkar muat. Maka kesimpulan H₀ diterima dan H_a ditolak.

2. *Reliability* (Kehandalan) (X₂)

Variabel *Reliability* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.190 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai t_{hitung} (1,190) < t_{tabel} (2,007) dengan tingkat signifikan sebesar 0,240 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Reliability* (Kehandalan) (X₂) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika *reliability* memiliki pengaruh baik atau buruk tidak akan memilih pengaruh terhadap kepuasan konsumen bongkar muat. Maka kesimpulan H₀ diterima dan H_a ditolak

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X₃)

Variabel Daya Tanggap memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,740 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai t_{hitung} 2,740 > t_{tabel} 2,007 dengan tingkat signifikan sebesar 0,008 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X₃) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ditingkatkan maka kepuasan Konsumen akan meningkat. Maka kesimpulannya H₀ ditolak dan H_a diterima.

4. *Assurance* (Jaminan) (X₄)

Variabel *Assurance* (Jaminan) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,373 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai t_{hitung} 3,373 > t_{tabel} 2,007 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Assurance* (Jaminan) (X₄) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero)

cabang kendari artinya jika variabel Variabel Assurance (Jaminan) ditingkatkan maka kepuasan Konsumen akan meningkat. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Empathy (Empati/Peduli) (X_2)

Variabel Empathy (Empati) memiliki nilai thitung sebesar 2,386 sedangkan nilai ttabel 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (2,386) > t_{tabel} (2,007)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,021 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Empathy (Empati) (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika variabel Empathy (Empati) ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas yakni Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) secara simultan atau keseluruhan bersamaan terhadap variabel terikat yakni kepuasan konsumen. Uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} .

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) terhadap kepuasan konsumen. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Empathy (Empati) terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.430	5	2.686	4.040	.004 ^b
Residual	34.570	52	.665		
Total	48.000	57			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Empathy (X_5), Responsiveness (X_3), Reliability (X_2), Assurance (X_4), Tangible (X_1)

Sumber: hasil pengolahan SPSS (2022)

$$F_{tabel} = F(k ; n-k)$$

$$= F(5 ; 58-5)$$

$$= F(5 ; 53)$$

$$= 2,389$$

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di peroleh nilai F_{hitung} sebesar 4,040, sedangkan F_{tabel} sebesar 2,389. Diketahui dari nilai tersebut $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4,040 > 2,389$ dan $Sig F (0,004) < (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tangible (Bukti Fisik) (X_1), Reliability (Kehandalan) (X_2), Responsiveness (Daya Tanggap) (X_3), Assurance (Jaminan) (X_4) dan Empathy (Empati) (X_5) memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan analisa regresi berganda koefisien $b_1 (X_1) = 0,104$. Ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) (1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain jika variabel *tangible* (bukti fisik) ditingkatkan, maka kepuasan konsumen bongkar muat pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari akan meningkat sebesar 0,104 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengajuan secara parsial nilai t_{hitung} sebesar 1,802 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (1,802) < t_{tabel} (2,007)$ dengan dengan tingkat signifikan sebesar $0,077 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Tangible* (Bukti Fisik) (X_1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari. Artinya jika *tangible* (bukti fisik) baik atau buruk tidak diikuti oleh pengaruh baik atau buruknya kepuasan konsumen bongkar muat. Maka kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel *tangible* (bukti fisik). Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang kondisi lingkungan pelabuhan yang bersih dan nyaman. Dengan demikian, secara keseluruhan bukti fisik kondisi bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari dinilai sesuai dengan harapan responden. Kondisi bersih dan nyaman sehingga responden tertarik dan memberikan respon positif untuk menggunakan jasa bongkar muat.

Pengaruh *Reliability* (Kehandalan) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan analisa regresi berganda koefisien $b_2 (X_2) = 0,076$. Ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* (kehandalan) (X_2) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain jika variabel kehandalan ditingkatkan maka, kepuasan konsumen bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari akan meningkat sebesar 0,076 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,190 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (1,190) < t_{tabel} (2,007)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,240 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *reliability* (kehandalan) (X_2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari artinya jika variabel *reliability* (kehandalan) ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dan memperoleh penilaian yang semakin baik. Maka kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel *reliability* (kehandalan). Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang kesesuaian prosedur dalam melakukan bongkar muat. Dimana karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai prosedur yang ada diperusahaan. Dengan demikian secara keseluruhan kehandalan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari dinilai sesuai dengan harapan responden.

Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda koefisien $b_3 (X_3) = 0,284$. Ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen atau dengan kata lain jika variabel *responsiveness* meningkat maka kepuasan pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari juga akan meningkat sebesar 0,284 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,740 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (2,740) > t_{tabel} (2,007)$ dengan tingkat signifikan

sebesar $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) (X_3) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika variabel *responsiveness* (daya tanggap) ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dan memperoleh penilaian yang semakin baik. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel *responsiveness* (daya tanggap). Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang kesesuaian prosedur dalam melakukan bongkar muat. Dimana karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai prosedur yang ada di perusahaan. Dengan demikian secara keseluruhan kehandalan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Kendari dinilai sesuai dengan harapan responden.

Pengaruh Assurance (Jaminan) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda koefisien $b_4 X_4 = 0,418$. Ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* (jaminan) (X_4) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen artinya jika variabel *assurance* (jaminan) ditingkatkan maka kepuasan konsumen bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,373 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung}(3,373) > t_{tabel}(2,007)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika variabel *assurance* (jaminan) ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Maka kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima

Secara umum responden memberikan respon positif tentang variabel empati. Hal ini dapat dilihat dari distribusi jawaban responden tentang respon positif karyawan yang memberikan jaminan mengenai barang yang dibongkar muat. Respon baik ini diterima konsumen dari karyawan atau staff sehingga mendapatkan nilai positif untuk perusahaan. Dengan demikian secara keseluruhan *assurance* (jaminan) dari perusahaan memberikan respon positif atau baik untuk para konsumen dan merasa puas terhadap jaminan yang diberikan perusahaan untuk konsumen.

Pengaruh Empathy (Empati) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda koefisien $b_5 X_5 = 0,187$. Ini menunjukkan bahwa variabel *empathy* (empati) (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) atau dengan kata lain jika variabel *empathy* (empati) meningkat, maka kepuasan konsumen pengguna jasa bongkar muat akan meningkat sebesar 0,187 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,386 sedangkan nilai t_{tabel} 2,007. Dengan demikian nilai $t_{hitung}(2,384) > t_{tabel}(2,007)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,021 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *empathy* (empati) (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pengguna jasa bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Kendari artinya jika variabel *empathy* (empati) meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat. Maka kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Secara umum responden memberi penilaian positif tentang variabel *empathy* (empati). Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang respon terhadap keluhan konsumen. Karyawan mudah dihubungi untuk menyampaikan keluhan konsumen tentang barang yang dikirim melalui perusahaan. Respon baik inilah yang memberikan nilai positif dari konsumen karena konsumen merasa puas

dengan kemudahan menyampaikan keluhan. Karyawan dari perusahaan selalu memahami apa yang diinginkan konsumen. Dengan demikian secara keseluruhan variabel *empathy* (empati) sesuai dengan harapan responden dan responden merasa puas

SIMPULAN

Hasil pengujian secara simultan bahwa *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari. Adapun saran agar PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk kemajuan perusahaan dan menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi bagi PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Kendari untuk meningkatkan pelayanannya terutama fasilitas dan peralatan agar perusahaan berkembang menjadi lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Rektor Institut Dharma Bharata Kendari dalam hal ini pribadi Ibu Dwi Kartika Prananingrum, SE., ME. Ak yang telah memfasilitasi kami dalam kegiatan penelitian ini, yang kemudian menjadi bagian pemantik bagi dosen lainnya untuk memberi karya-karya terbaiknya guna dapat mensejajarkan dengan PTS lainnya. Dan ucapan apresiasi yang setinggi-tingginya atas bantuan moril maupun materiil. Semoga setiap pengorbanan yang dikeluarkan, Allah SWT membalas dengan balasan yang setimpal. Aamiin

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyanto, M., & Mudiantono, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI)*, Semarang, 1, 1–14
- Agung Kresnamurti Rivai P, Sunaeni, I.F, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Journal of Chemical Information and Modeling*
- Alu Syaikh, Abdullah. 2017. *Pengukuran Dan Penganalisan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Christopher Z, Willian A & Lucky T, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Senayan di Manado, *Productivty*, Vol.3 No.4
- Daryanto & Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media
- Gronross, Christian, 1990, *Service Management and Marketing: A Moment of Truth*, Singapore: Maxwell Macmillan Internasional. hal.203
- Syaikh, 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelabuhan Indonesia IV Terminal Peti Kemas Bitung. Manado. Politeknik Negeri
- Mudjiastuti & Yoeli, 2015. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bongkar Muat Pada Terminal Peti Kemas Semarang. *Jurnal Transportasi* DOI: <https://doi.org/10.26593/jtrans.v15i1.1847.%25p>
- Rasyid, Et All, 2016. *Penyelenggara Bongkar Muat*. Yogyakarta
- Roesanto, 2000. *Jurnal Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember Vol.3 No.1 (2017)*
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta