

BAB V

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum PT. Terminal Teluk Lamong

PT. Terminal Teluk Lamong yang berlokasi di wilayah perbatasan antara kota Surabaya dan Kabupaten Gresik (kota Gresik), merupakan terminal *multipurpose* yang diapit oleh 2 (dua) pelabuhan milik PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero), yaitu Pelabuhan Gresik di sebelah barat, dan Pelabuhan Utama Tanjung Perak di sebelah timur.

Visi

"Menjadi Terminal yang Unggul dengan Pelayanan Logistik yang Terintegrasi, Modern, dan Berwawasan Lingkungan"

Misi

1. Melakukan transformasi teknologi untuk menjamin penyediaan jasa terminal dan logistik yang unggul.
2. Memacu pertumbuhan *beyond terminal business*.
3. Menerapkan konsep terminal yang ramah lingkungan secara konsisten.
4. Mewujudkan *healthy and strong corporate culture*.
5. Membentuk SDM yang berkinerja tinggi dan kompeten di bidangnya melalui pengembangan dan kesejahteraan.

Miles Stone Perusahaan

1994

Perencanaan proyek Terminal Teluk Lamong berdasarkan kajian hingga 2010 bahwa arus peti kemas, curah cair, curah kering, dan general cargo akan kelebihan

kapasitas. Dari hasil pre-feasibility study Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, direkomendasikan bahwa kawasan Tambak Osowilangun, Kecamatan Benowo adalah lokasi paling layak.

1997

Keluarnya Keputusan Menteri Perhubungan No. 4 tahun 1997 tentang Pemberian Izin kepada PT Pelabuhan Indonesia III untuk melakukan pengerukan (reklamasi) Perairan Pantai di Daerah Lingkungan Kerja Perairan Pelabuhan Tanjung Perak dan Pelabuhan Gresik Seluas 350 hektare. *Feasibility study on development of Lamong Port East Java* pada 1997 yang dikerjakan konsultan Dwipantara *Transconsult* bersama dengan *MAP Services Pte. Ltd.* dan *SPECS Consultants Pte. Ltd.* dari Singapura merekomendasikan pengembangan Tanjung Perak ke arah muara Kali Lamong dan Teluk Lamong dengan reklamasi sekitar 350 hektare layak dilaksanakan.

2002

Pemerintah Kota Surabaya mengeluarkan Surat Keputusan (SK) No. 188.45/164/402.1.2/2002 tertanggal 15 April 2002 tentang Pembentukan Tim Asistensi Pengembangan Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya ke Arah Muara Kali Lamong dan Teluk Lamong. Tim terdiri atas unsur Pemerintah Kota Surabaya, PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), PT Terminal Petikemas Surabaya (PT TPS), dan ITS.

Dirjen perhubungan laut mengeluarkan surat No. PP.75/1/11-02 tertanggal 26 Agustus 2002 kepada Walikota Surabaya perihal rekomendasi dukungan terhadap penyusunan Rencana Induk Pelabuhan (RIP) Tanjung Perak sebagai pedoman dasar pengembangan pelabuhan.

Walikota Surabaya membalas dengan mengirim surat bernomor 050/2116/402.5.1/2002 tertanggal 4 Desember 2002 kepada Dirjen Perhubungan Laut perihal pengembangan Pelabuhan Tanjung Perak yang diarahkan ke wilayah barat, mendekati kawasan industri di sekitar Tambak Osowilangun dan Margomulyo.

2003

Walikota Surabaya memberikan izin lokasi untuk keperluan pembangunan akses masuk menuju fasilitas Pelabuhan Teluk Lamong pada 12 Juni 2003 dengan SK Nomor 460.135.01-05-NF.1.S.-2003.

Penandatanganan Nota Kesepahaman dengan No. 552/2794.1/402.1.2/2003 HK.0501/23/P.III-2003 dengan Pemerintah Kota Surabaya tentang rencana pengembangan Pelabuhan Tanjung Perak di Teluk Lamong pada 23 Juli 2003 di kantor menteri BUMN. Kesepakatan itu ditandatangani Direktur Utama PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), Walikota Surabaya, serta Deputi Menteri BUMN Bidang Usaha Logistik dan Pariwisata dengan rencana luasan 386,12 hektare (ha).

2005

Pengerjaan Terminal Teluk Lamong belum bisa direalisasikan karena rekomendasi reklamasi hanya sekitar 50 ha.

2007

Dilakukan revisi studi Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal) yang dimulai di bulan September.

2008

Persetujuan Kerangka Acuan Kerja atas Amdal diterbitkan pada bulan Oktober berdasarkan Surat Kementerian Lingkungan Hidup No. 828 tahun 2008.

2010

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) mengantongi revisi Amdal pada bulan Januari dari Komisi Panitia Amdal dan dalam proses kelayakan lingkungan hidup (KLH).

Pembangunan kembali tersendat karena rekomendasi KLH baru bisa diterbitkan setelah selesainya kajian strategis lingkungan hidup (KLHS) di wilayah Teluk Lamong. PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) berinisiatif menyusun database KLHS melalui kerja sama dengan pemrakarsa sejenis di Terminal Teluk Lamong. Hasilnya, lokasi pembangunan Terminal Teluk Lamong dapat dikembangkan secara maksimum hingga mencapai luas 500 ha. Berdasarkan Keputusan Menteri Lingkungan Hidup No. 256 tertanggal 5 Oktober 2010, persetujuan Amdal pengembangan Pelabuhan Tanjung Perak berhasil didapatkan.

2011

Pelaksanaan *groundbreaking* pembangunan paket A (dermaga) oleh Menteri BUMN.

2013

Melakukan kontrak pekerjaan pengadaan 10 (sepuluh) unit *Ship to Shore (STS) crane* baru dengan *Konecranes Finland Corporation* dengan ruang lingkup pengadaan alat, pekerjaan perakitan dan pendirian *STS crane*, pengetesan, serta pengujian peralatan. Melakukan kontrak pekerjaan pengadaan 20 *Automated Stacking Crane (ASC)* baru dan 5 (lima) *Straddle Carrier (SC)* baru dengan *Konecranes Finland Corporation* dengan ruang lingkup pengadaan alat,

pemasangan dan instalasi, pengetesan, serta pengujian peralatan. Melakukan kontrak pekerjaan pengadaan 50 unit *Combined Terminal Tractor Trailer* (CTT) baru dengan *Gaussin SA* dengan ruang lingkup pekerjaan penyediaan alat truk CTT V.4, pekerjaan pembangunan dan perakitan CTT, serta pengalihan atas hak dan kepemilikan 50 CTT.

2014

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) meresmikan pengoperasian Terminal Teluk Lamong. Peresmian Terminal Teluk Lamong ditandai dengan pelayanan bongkar muat kapal domestik milik PT Maskapai Pelayaran Pulau Laut, MV Intan Daya 4. PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) menggandeng perusahaan asal Belanda, *Van Oord Dredging and Marine Contractors BV* (Van Oord) untuk melakukan pengerjaan pengerukan Alur Pelayaran Barat Surabaya (APBS). Di 2014, kedalaman alur masih berkisar antara -9 hingga -9,5 meter *Low Water Spring* (LWS). Kedalaman alur Terminal Teluk Lamong diperdalam hingga -14 meter LWS dan akan diperdalam menjadi -16 meter LWS di tahap selanjutnya.

2015

Terminal Teluk Lamong memperoleh sertifikasi tentang keamanan pelabuhan (ISPS Code) dari Kementerian Perhubungan. Presiden Joko Widodo meresmikan Terminal Teluk Lamong dan revitalisasi APBS setelah dilakukan perjanjian konsesi Kementerian Perhubungan dan PT Pelabuhan Indonesia III (Persero). Persinggahan kapal internasional pertama saat peresmian Terminal Teluk Lamong, yakni MV Marine BIA dengan kapasitas 1.200 TEUs dan bertolak dari pelabuhan Singapura. Pengoperasian operasional curah kering pertama menggunakan sistem *truck lossing*. Pembukaan rute baru *direct shipping*

Surabaya-Shanghai hasil kerja sama Terminal Teluk Lamong dengan 3 (tiga) perusahaan pelayaran besar milik Korea: Heung-A, CK Line, dan Sinokor.

2016

Penyerahan 2 (unit) tambahan STS domestik kepada Terminal Teluk Lamong sehingga total jumlah STS menjadi 7 (tujuh) unit STS *crane* terdiri dari 5 (lima) unit STS domestik dan 2 (dua) unit STS internasional. Kapal MV Patraikos berkapasitas 4.400 TEUs melakukan kegiatan bongkar muat di Terminal Teluk Lamong. Hal ini membuktikan bahwa Perusahaan siap menjadi tempat sandar dan bongkar muat kapal-kapal besar dunia dengan kapasitas muatan hingga 4.000-8.000 TEUs. Tambahan 3 (tiga) unit STS *crane* untuk mempercepat proses pelayaran bongkar muat, melengkapi Terminal Teluk Lamong *existing* STS *crane* menjadi 10 (sepuluh) unit.

2017

Proses pelaksanaan uji coba operasi curah kering perdana menggunakan *conveyor* dan silo di Terminal Teluk Lamong dilakukan pada MV Giorgis yang berkapasitas 41.670 ton. Pelayanan bongkar curah kering resmi dibuka dengan pelayanan kepada MV Palona yang bermuatan kedelai dan melakukan bongkar 30.262 ton. Pengembangan kapasitas lapangan penumpukan dari 16 ha atau 5 (lima) blok menjadi 25 ha atau 10 (sepuluh) blok lapangan penumpukan atau Container Yard (CY). Penambahan area CY ini juga dilengkapi dengan penambahan 10 (sepuluh) unit ASC sehingga total 10 blok lapangan penumpukan dilayani oleh 20 unit ASC.

Main Business

1. Penyediaan dok dan / atau layanan untuk penambatan
2. Penyediaan dan / atau layanan isi ulang bahan bakar dan layanan air bersih
3. Penyediaan dan / atau pelayanan bagi penumpang dan / atau kendaraan untuk masuk dan turun
4. Penyediaan dermaga dan / atau pelayanan untuk kegiatan bongkar muat barang dan peti kemas
5. Penyediaan dan / atau layanan pergudangan dan penimbunan, peralatan bongkar muat, dan peti kemas
6. Penyediaan terminal dan / atau pelayanan peti kemas, curah cair, curah kering, dan ro-ro
7. Penyediaan dan / atau pelayanan bongkar muat barang
8. Penyediaan dan / atau pelayanan pusat distribusi dan konsolidasi barang
9. Penyediaan dan / atau layanan keterlambatan kapal

Supporting Business

1. Fumigasi dan pembersihan / perbaikan kontainer
2. Angkutan umum ke dan dari pelabuhan
3. Ruang tunggu kendaraan
4. Kegiatan industri khusus
5. Kegiatan perdagangan
6. Penyediaan taman bermain dan tempat rekreasi
7. Layanan periklanan
8. Hotel, restoran, pariwisata, posting, dan jasa telekomunikasi

Fasilitas

1. Container Yard

Container Yard (CY) seluas 30,15 hektar terdiri dari 10 blok. Lima blok digunakan untuk kontainer internasional dan lima blok untuk domestik. Lima blok tiang pancang secara efektif berfungsi pada awal tahun 2015 dengan perlengkapan reeferplug untuk melayani kontainer reefer di sejumlah titik. CY di Teluk Lamong terbagi menjadi dua sisi, Land site dan Water site. Penggunaan Area Situs Darat untuk proses penerimaan dan pengiriman. Sebaliknya, Water Site Area digunakan untuk proses bongkar muat. Blok 6-10, kami memiliki fasilitas sistem *docking* untuk proses bongkar muat secara otomatis.

2. Dock

Terminal Teluk Lamong memiliki dermaga dua sisi, sisi luar untuk internasional 500 x 50 meter dengan kedalaman -14 mlws dan dermaga domestik 450 x 30 meter dengan kedalaman -13 mlws.

3. Dry Bulk

Luas tampungan kering kering seluas 8 Ha. Progres per 31 Desember 2014 merupakan areal penjemuran kering seluas 8 Ha dan pemasangan pipa untuk *conveyor*. Gedung bengkel digunakan sebagai tempat operator peralatan ASC dan tim *engineering*. Ada juga bengkel untuk peralatan yang ada. Pembangunan bangunan selesai, kemudian melanjutkan penyelesaian dan perbaikan di beberapa titik bangunan tersebut. CFS (*Container Freight Station*) CFS tersedia dan diselesaikan. Termasuk di dalamnya adalah kantor untuk otoritas cukai dan karantina.

4. Transfer Area

Terminal Teluk Lamong memiliki luas transfer 5,8 ha untuk penumpukan sementara layanan peti kemas penuh atau kosong. Area transfer juga digunakan sebagai area pengecualian untuk menyelesaikan masalah data pelanggan.

5. Pre In Gate And SPBG

Pre in gate merupakan fasilitas yang berfungsi sebagai pintu masuk *trucking*. Kemajuan pembangunan pra gerbang per 31 Desember 2014 sekitar 80 persen. Padahal, fondasi untuk timbangan tiga kolom sudah tersedia. Selanjutnya akan dipasang peralatan atap dan teknologi informasi.

6. Main Gate

Main Gate atau pintu utama dibagi menjadi sembilan kolom untuk *container* dan satu kolom untuk *noncontainerized gate*. Proses pembangunan gapura tersebut selesai, kemudian dilanjutkan dengan peralatan teknologi informasi semi otomatis karena pada pintu utama belum ada operatornya.

5.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa terminal Teluk Lamong minimal 2 kali. Karakteristik responden dalam hal ini pelanggan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan.

1) Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi demografi responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan. Hal tersebut diharapkan

dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden.

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut ini:

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Wanita	42	18.3
Pria	187	81.7
Total	229	100.0

Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada Tabel 5.1 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 187 orang dengan presentase sebesar 81,7 % dan responden perempuan yaitu sebanyak 42 orang dengan presentasi sebesar 18,3 %. Sebagian besar responden yang ada adalah responden berjenis kelamin laki-laki karena responden adalah pengguna jasa bongkar muat di pelabuhan.

2) **Karakteristik Demografi Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada Tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<25 Tahun	1	.4
26 - 30 Tahun	16	7.0
31 - 35 Tahun	40	17.5
36 - 40 Tahun	96	41.9
>41 Tahun	76	33.2
Total	229	100.0

Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan karakteristik umur responden pada Tabel 5.2 tersebut, menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna jasa bongkar muat di Teluk Lamong sudah berusia 36 – 40 % sejumlah 96 orang atau 41,9 %. Persentase terbesar kedua pada usia lebih dari 40 tahun yaitu 76 orang atau 33,2 %. Hasil ini menunjukkan bahwa rata - rata orang yang menggunakan jasa bongkar muat adalah orang yang sudah memiliki usaha sehingga usianya pada kisaran lebih dari 36 tahun keatas.

3) Karakteristik Demografi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada Tabel 5.3 berikut ini:

Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SLTP	1	.4
SLTA	19	8.3
D3	39	17.0
S1	102	44.5
S2	68	29.7
Total	229	100.0

Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan karakteristik pendidikan pada Tabel 5.3 di atas tersebut menunjukkan bahwa responden bervariasi ada yang berpendidikan terakhir SMP sampai dengan pasca sarjana. Namun sebagian besar yang menggunakan adalah lulusan sarjana. Namun persentase dari yang lulusan SMP dan SMU hanya 8 sampai 9 %. Sehingga pelanggan bongkar muat didominasi orang yang berpendidikan tinggi.

5.3 Identifikasi Jawaban Responden

Jawaban responden dari masing-masing *variable* penelitian memiliki frekuensi atau jumlah skor 1 sampai 5. Dari masing-masing hasil tersebut dikategorikan berdasarkan rumus berikut :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan :

Nilai tertinggi adalah 5, nilai terendah adalah 1, dan jumlah kelas adalah 5. Dari perhitungan rumus diatas diperoleh hasil perhitungan sebesar 0,80 yang berarti jarak dari satu interval ke interval berikutnya sebesar 0,80.

Tabel 5.4 Tabel Kategori Skala Interval

Interval	Kategori	Keterangan
1,00 – 1,80	1	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	2	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	3	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	4	Setuju
4,21 – 5,00	5	Sangat setuju

5.3.1 Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Variabel kualitas layanan terdiri dari 5 dimensi dan masing masing dimensi terdiri dari 3 indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel kualitas layanan ditunjukkan pada Tabel 5.5.

**Tabel 5.5 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel
Kualitas Layanan (X)**

No	PERTANYAAN	STS	TS	CS	S	SS	Mean
<i>Tangible</i>							
1	Kebersihan Fasilitas Fisik	1	7	41	99	81	4.10
2	Kerapian penampilan Karyawan	2	14	33	84	96	4.13
3	Kemutakhiran sarana fisik yang dimiliki	1	26	66	90	46	3.67
<i>Empathy</i>							
4	Perhatian secara personal karyawan sesuai kebutuhan pelanggan		8	21	81	119	4.36
5	Pelanggan bisa dengan mudah mendapatkan bantuan dan layanan karyawan		8	39	103	79	4.10
6	Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh - sungguh	2	5	32	94	96	4.21
<i>Reliability</i>							
7	Kemudahan dan ketepatan informasi yang diberikan karyawan		14	43	96	76	4.02
8	Keakuratan penanganan atau administrasi catatan / dokumen		15	52	76	86	4.02
9	Pengetahuan yang dimiliki karyawan terkait dengan penanganan barang yang dibongkar muat	1	36	74	80	38	3.52
<i>Responsiveness</i>							
10	Pelayanan petugas yang cepat dan siap menolong pada setiap peti kemas yang datang	2	14	39	87	87	4.06
11	Kecepatan pemrosesan dokumen	1	6	16	91	115	4.37
12	Pelayanan operator bongkar muat petikemas yang cepat dan tepat		10	38	93	88	4.13
<i>Assurance</i>							
13	Reputasi perusahaan yang terjamin		9	32	94	94	4.19
14	Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan bongkar muat yang diberikan	1	7	32	99	90	4.18
15	Kepastian dan konsistensi jam pelayanan		12	47	102	68	3.99

Sumber : Lampiran Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil perhitungan deskriptif menunjukkan dimensi *tangible* memiliki jawaban rata – rata terendah sampai tertinggi 3,67 dan 4.13. Seluruh indikator *tangible* termasuk kategori tinggi atau setuju. Dari sisi kerapian karyawan termasuk hal yang perlu dipertahankan dan kemutakhiran sarana fisik merupakan hal yang harus ditingkatkan. Dimensi *emphaty* memiliki jawaban rata – rata terendah sampai tertinggi 4,10 dan 4.36. Seluruh indikator *emphaty* termasuk kategori tinggi atau setuju dan sangat setuju atau sangat tinggi. Dari nilai yang paling rendah adalah kemudahan pelanggan mendapatkan bantuan dan layanan merupakan *emphaty* yang perlu ditingkatkan. Sedangkan perhatian secara personal merupakan hal yang perlu dipertahankan. Dimensi *reliability* memiliki jawaban rata – rata terendah sampai tertinggi 3,52 dan 4.02. Seluruh indikator *reliability* termasuk kategori tinggi atau setuju. Dari nilai yang paling rendah adalah pengetahuan karyawan terkait penanganan barang bongkar muat merupakan *reliability* yang perlu ditingkatkan. Sedangkan kemudahan dan ketepatan informasi dan keakuratan penanganan atau administrasi merupakan hal yang perlu dipertahankan. Dimensi *responsiveness* memiliki jawaban rata – rata terendah sampai tertinggi 4,06 dan 4.37. Seluruh indikator *responsiveness* termasuk kategori tinggi atau setuju dan sangat setuju atau sangat tinggi. Dari nilai yang paling rendah adalah pelayanan petugas yang cepat dan siap menolong pada peti kemas yang datang merupakan *responsiveness* yang perlu ditingkatkan. Sedangkan kecepatan pemrosesan dokumen merupakan hal yang perlu dipertahankan. Dimensi *assurance* memiliki jawaban rata – rata terendah sampai tertinggi 3,99 dan 4.19. Seluruh indikator *assurance* termasuk kategori tinggi atau setuju dan sangat setuju atau sangat tinggi. Dari nilai yang paling rendah adalah

kepastian dan konsistensi jam pelayanan merupakan *assurance* yang perlu ditingkatkan. Sedangkan reputasi perusahaan yang terjamin merupakan hal yang perlu dipertahankan.

5.3.2 Deskripsi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)

Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 4 indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan :

Tabel 5.6 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)

No	PERTANYAAN	STS	TS	CS	S	SS	Mean
1.	Berdasarkan pengalaman, pelanggan merasa senang menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong	1	6	34	102	86	4.16
2.	Perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan	1	9	72	84	63	3.87
3.	Pelanggan percaya bahwa menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong merupakan pengalaman yang memuaskan	1	9	48	109	62	3.97
4.	Secara keseluruhan, pelanggan percaya, perusahaan menyenangkan hati pelanggan ketika menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong	1	5	25	109	89	4.22

Sumber : Lampiran Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden pada variabel kepuasan dari mulai 3,87 sampai dengan 4,22. Seluruh nilai rata – rata

tersebut termasuk dalam kategori setuju. Dengan hasil ini pelanggan merasa puas atas pelayanan jasa yang dilakukan Teluk Lamong. Kepuasan tertinggi adalah pada pernyataan “secara keseluruhan, pelanggan percaya, perusahaan menyenangkan hati pelanggan ketika menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong” dan pernyataan terendah adalah perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan.

5.3.3 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2)

Variabel loyalitas pelanggan terdiri dari 6 indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel loyalitas pelanggan :

Tabel 5.7 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2)

No	PERTANYAAN	STS	TS	CS	S	SS	Mean
1.	Pelanggan mengatakan hal positif tentang Teluk Lamong	1	12	47	104	65	3.96
2.	Memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong	1	16	59	86	67	3.88
3.	Kemungkinan besar, Pelanggan akan menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong lagi	1	13	54	94	67	3.93
4.	Jarang melakukan peralihan ke jasa bongkar muat yang lain	1	10	53	104	61	3.93
5.	Teluk Lamong merupakan pilihan pertama jika pelanggan ingin menggunakan jasa bongkar muat	1	8	38	109	73	4.07
6.	Percaya bahwa Teluk	1	8	43	113	64	4.01

No	PERTANYAAN	STS	TS	CS	S	SS	Mean
	Lamong merupakan jasa bongkar muat terbaik						

Sumber : Lampiran Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden pada variabel loyalitas pelanggan dari mulai 3,88 sampai dengan 4,07. Seluruh nilai rata – rata tersebut termasuk dalam kategori setuju. Dengan hasil ini pelanggan ingin terus menggunakan jasa bongkar muat Teluk Lamong. Loyalitas tertinggi adalah pada pernyataan “Teluk Lamong merupakan pilihan pertama jika pelanggan ingin menggunakan jasa bongkar muat” dan pernyataan terendah adalah ‘memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong’.

5.4 Analisis Data

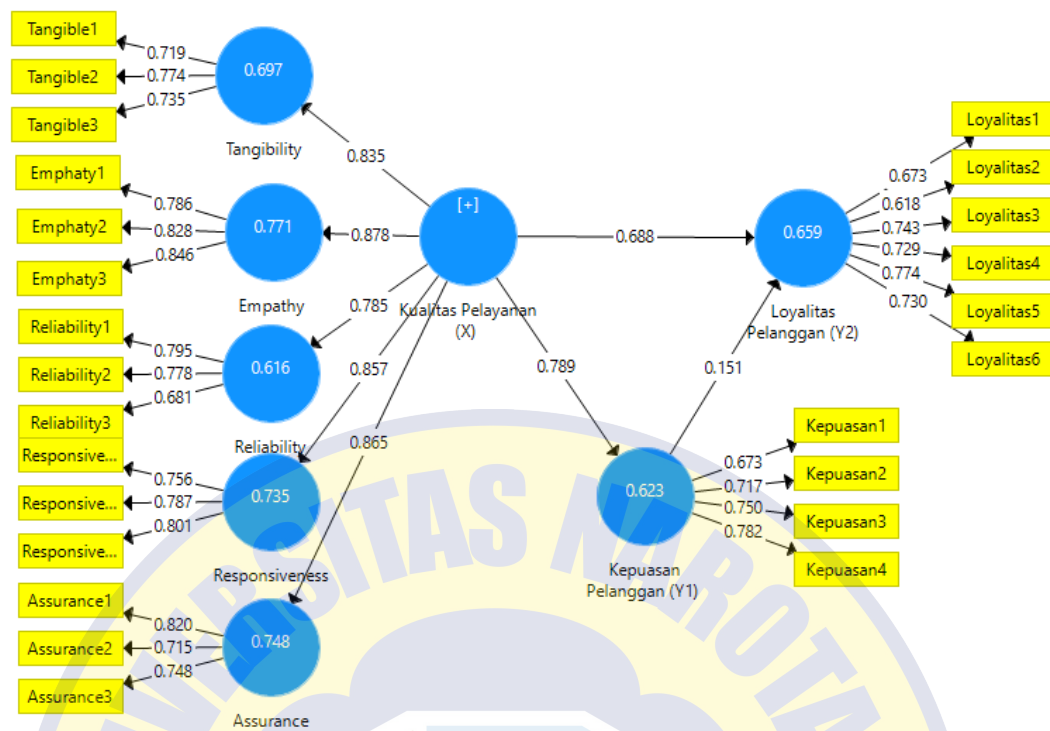
Analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah SEM PLS adalah metode analisis yang tidak didasarkan banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi normal, dengan skala kategori nominal, ordinal, interval sampai ratio. Pada penelitian ini data berskala interval. PLS dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variable laten. Program PLS yang digunakan adalah smartPLS profesional 3.0. Dalam PLS terdiri dari dua tahapan. Tahap pertama adalah melakukan pengujian *outer model*. Dalam tahap *outer model* diantara melakukan beberapa tahapan yaitu menguji validitas konvergen. Indikator dikatakan valid apabila mempunyai nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5. Selanjutnya menguji validitas kontrak. Nilai validitas kontrak diukur dengan menggunakan nilai *average variance*

extracted (AVE). Nilai AVE dikatakan baik jika mempunyai nilai lebih dari 0,5. Sedangkan tahap ketiga dari tahap outer model adalah menguji validitas deskriminan. Indikator dikatakan valid apabila mempunyai nilai faktor loading dalam satu variable lebih besar dibandingkan variable lain. Nilai standard factor loading lebih besar atau sama dengan 0,5. Setelah dipastikan semua memenuhi kriteria valid maka dilanjutkan dengan melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas pada penelitian diukur dengan menggunakan *composite reliability*. Nilai reliabilitas yang dikatakan baik adalah jika lebih dari 0,6.

Tahap kedua adalah melakukan pengujian inner model. Dalam tahap ini bertujuan menguji hipotesis untuk memastikan ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t. Setelah menguji uji t juga dilihat nilai koefisien determinasi dan goodness of fit.

5.4.1 Tahap Pengujian *Outer Model*

Berikut adalah gambar hasil pengujian PLS pada tahap *outer model* pada variabel. Pengujian dilakukan secara dilakukan pada seluruh masing – masing variabel. Pada penelitian ini variabel laten. Kriteria indikator dari variabel dikatakan valid dan reliabel secara konstrak apabila mempunyai nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5. Berikut adalah pengujian outer model pada penelitian ini :



Gambar 5.1 Gambar Outer / Measurement Model

1. Validitas Konvergen

Hasil pengujian *outer model* pada tahap pertama adalah nilai validitas konvergen. Untuk validitas konvergen variabel kualitas layanan dilihat dari nilai indikator dalam dimensi. Karena variabel kualitas layanan disusun dengan pola *second order*. *Order* pertama adalah kualitas layanan dengan 5 dimensi. Kemudian *order* kedua adalah 5 dimensi dengan masing – masing indikator. Hasil validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan valid, harus bernilai lebih dari 0,5. Berikut hasil uji validitas konvergen selengkapnya pada Tabel. 5.8.

Tabel 5.8 Hasil Pengujian Validitas Konvergen

<i>Dimensi /Variabel</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Tangibility</i>	<i>Kualitas layanan (X)</i>	<i>Kepuasan Pelanggan (Y1)</i>	<i>Loyalitas Pelanggan (Y2)</i>
Order pertama								
Assurance1	0.820							
Assurance2	0.715							
Assurance3	0.748							
Empathy1		0.786						
Empathy2		0.828						
Empathy3		0.846						
Reliability1			0.795					
Reliability2			0.778					
Reliability3			0.681					
Responsiveness1				0.756				
Responsiveness2				0.787				
Responsiveness3				0.801				
Tangible1					0.719			
Tangible2					0.774			
Tangible3					0.735			
Kepuasan1							0.673	
Kepuasan2							0.717	
Kepuasan3							0.750	
Kepuasan4							0.782	
Loyalitas1								0.673
Loyalitas2								0.618
Loyalitas3								0.743
Loyalitas4								0.729
Loyalitas5								0.774
Loyalitas6								0.730
Order Kedua								
Tangible						0.835		
Responsiveness						0.878		
Reliability						0.785		
Empathy						0.857		
Assurance						0.865		

Sumber : Lampiran SEM PLS

Hasil perhitungan menunjukkan untuk variable kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi order kedua yaitu *tangible*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness* dan *reliability* memiliki nilai loading faktor yang lebih besar dari 0,5. Demikian juga dengan indikator dari masing – masing dimensi pada order pertama juga memiliki nilai lebih besar dari 0,5. Sehingga baik indikator, dimensi valid. Variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki nilai factor loading lebih dari 0,5. Dengan hasil ini maka seluruh variabel memiliki validitas konvergen yang sudah memenuhi standar.

2. Validitas Konstrak

Model pengukuran berikutnya adalah nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE), yaitu nilai menunjukkan besarnya varian indikator yang dikandung oleh variabel latennya. Nilai AVE lebih besar 0,5 juga menunjukkan kecukupan validitas yang baik bagi variabel laten.

Tabel 5.9 Hasil Pengujian Validitas Konstrak

Dimensi atau Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas layanan :	
<i>Assurance</i>	0.581
<i>Empathy</i>	0.673
<i>Reliability</i>	0.568
<i>Responsiveness</i>	0.611
<i>Tangibility</i>	0.552
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.535
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.509

Sumber : Lampiran SEM PLS

Hasil perhitungan menunjukkan seluruh konstruk variabel penelitian menunjukkan semua variabel memiliki nilai AVE lebih dari 0,5. Dengan hasil ini maka seluruh variabel dan dimensi laten memiliki kecukupan validitas yang baik.

3. Validitas Deskriminan

Validitas deskriminan dapat diukur dengan menggunakan nilai *cross loading*. Nilai *cross loading* yang tinggi (0,5) pada dimensi dari variabel tertentu dibandingkan nilai dimensi dari variabel lain maka validitas konstruk dari variabel dan dimensi laten tersebut baik. Berikut adalah nilai *cross loading* selengkapnya :

Tabel 5.10 Hasil Pengujian Validitas Deskriminan dengan *Cross Loading*

Dimensi /Variabel	Assurance	Empathy	Reliability	Responsiveness	Tangibility	Kepuasan Pelanggan (Y1)	Loyalitas Pelanggan (Y2)
Assurance1	0.820	0.651	0.493	0.517	0.555	0.569	0.619
Assurance2	0.715	0.474	0.446	0.483	0.508	0.510	0.470
Assurance3	0.748	0.518	0.404	0.517	0.445	0.592	0.572
Empathy1	0.585	0.786	0.352	0.529	0.503	0.557	0.559
Empathy2	0.630	0.828	0.551	0.597	0.530	0.588	0.617
Empathy3	0.565	0.846	0.538	0.553	0.572	0.575	0.594
Reliability1	0.478	0.478	0.795	0.508	0.473	0.519	0.509
Reliability2	0.427	0.473	0.778	0.507	0.449	0.471	0.489
Reliability3	0.426	0.376	0.681	0.329	0.393	0.425	0.451
Responsiveness1	0.529	0.472	0.464	0.756	0.493	0.402	0.546
Responsiveness2	0.550	0.593	0.531	0.787	0.549	0.620	0.503
Responsiveness3	0.472	0.530	0.411	0.801	0.506	0.493	0.510
Tangible1	0.581	0.571	0.429	0.474	0.719	0.552	0.490
Tangible2	0.473	0.477	0.462	0.598	0.774	0.435	0.459
Tangible3	0.406	0.391	0.406	0.384	0.735	0.366	0.485
Kepuasan1	0.426	0.518	0.406	0.378	0.420	0.673	0.444
Kepuasan2	0.553	0.440	0.430	0.386	0.345	0.717	0.508
Kepuasan3	0.570	0.527	0.478	0.503	0.501	0.750	0.567

Dimensi /Variabel	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Tangibility</i>	Kepuasan Pelanggan (Y1)	Loyalitas Pelanggan (Y2)
Kepuasan4	0.577	0.559	0.516	0.614	0.517	0.782	0.502
Loyalitas1	0.481	0.475	0.426	0.464	0.491	0.414	0.673
Loyalitas2	0.443	0.477	0.365	0.474	0.409	0.448	0.618
Loyalitas3	0.523	0.540	0.571	0.512	0.508	0.461	0.743
Loyalitas4	0.541	0.516	0.504	0.420	0.447	0.528	0.729
Loyalitas5	0.546	0.527	0.461	0.458	0.460	0.543	0.774
Loyalitas6	0.574	0.541	0.404	0.513	0.432	0.563	0.730

Sumber : Lampiran SEM PLS

Pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa *cross loading* untuk pada masing – masing variabel kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan lebih besar dibandingkan kolom pada variable lain (tanda *bold* atau lebih tebal dibandingkan yang lain). Sedangkan untuk kualitas layanan nilai yang lebih besar pada dimensi *tangible*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness* dan *emphaty*. Ini berarti variabel dan dimensi memenuhi syarat validitas deskriminan. Demikian juga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki nilai koefisien yang lebih besar dibandingkan yang lain.

4. Reliabilitas

Reliabilitas konstruk yang diukur dengan nilai *composite reliability*, konstruk reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 maka indikator disebut konsisten dalam mengukur variabel latennya. Berikut hasil selengkapnya :

Tabel 5.11 Hasil Pengujian Reliability Konstrak

Dimensi /Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.710	0.821

Dimensi /Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.805	0.861
Kualitas Layanan :		
Reliability	0.618	0.797
Responsiveness	0.682	0.825
Tangibility	0.596	0.787
Assurance	0.638	0.806
Empathy	0.757	0.860

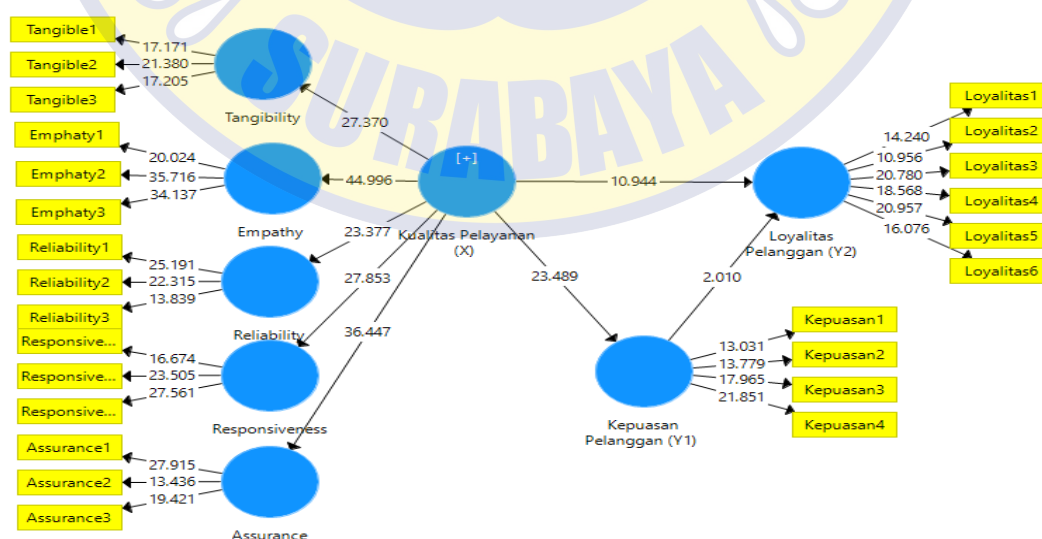
Sumber : Lampiran SEM PLS

Hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk (variabel dan dimensi) seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

5.5 Pengujian Hipotesis

5.5.1 Tahap Pengujian *Inner Model* atau *Structural Model*

Tahap *structural model* ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t. Variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05. Hasil perhitungan yang dapat dilihat pada Gambar 5.12.



Gambar 5.12 Uji *Inner / Struktural Model*

Berikut adalah nilai estimate dari masing – masing hubungan antar variabel penelitian :

Tabel 5.12 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengaruh antar variabel	Koefisien	t statistik	P Values
Pengaruh Langsung (<i>direct</i>)			
Kualitas Pelayanan (X) → Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.789	23.489	0.000
Kualitas Pelayanan (X) → Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.688	10.944	0.000
Kepuasan Pelanggan (Y1) → Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.151	2.010	0.045
Pengaruh Tidak Langsung (<i>indirect</i>)			
Kualitas Pelayanan (X) → Kepuasan Pelanggan (Y1) → Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.119	1.969	0.049

Sumber : Lampiran SEM PLS

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut :

Hipotesis Pertama : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien path hasil perhitungan 0,789. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan petugas Teluk Lamong maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya semakin rendah kualitas layanan yang diberikan petugas maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh nilai t 23,489 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima

Hipotesis Kedua : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Nilai koefisien path hasil perhitungan 0,688. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan

petugas Teluk Lamong maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Dan sebaliknya semakin rendah kualitas layanan yang diberikan petugas maka semakin rendah loyalitas pelanggan. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh nilai t 10,944 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Hipotesis ketiga : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Nilai koefisien path hasil perhitungan 0,151. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Dan sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka semakin rendah loyalitas pelanggan. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh nilai t 2,010 dengan tingkat signifikansi 0,045. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima

Selain menguji pengaruh langsung pada penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung. Pengujian Smart PLS dapat langsung menunjukkan hasil pengaruh tidak langsung sehingga tidak perlu melakukan pengujian sendiri secara manual. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien 0,119 dengan t statistik 1,969 dan probabilitas atau signifikansinya 0,049. Nilai ini kurang dari 0,05 sehingga pengaruh tidak langsung tersebut signifikan. Dengan hasil ini maka hipotesis keempat juga diterima kebenarannya.

Berdasarkan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dapat ditentukan jenis hubungannya apakah full mediasi atau partial mediasi. Full mediasi apabila pengaruh langsung antar variabel signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung tidak signifikan. Sedangkan partial mediasi terjadi apabila pengaruh langsung signifikan, demikian juga pengaruh tidak langsung. Apabila pengaruh langsung signifikan, namun tidak langsung tidak signifikan maka tidak memediasi. Tabel 5.12 dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan demikian juga pengaruh tidak langsungnya. Sehingga termasuk kategori *partial mediasi*.

5.5.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Berikut hasil koefisien determinasi :

Tabel 5.13 Nilai Koefisien Determinasi

Pengaruh Antar Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kualitas Pelayanan (X) → Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.623	0.621
Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y1) → Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.659	0.656

Sumber : Lampiran SEM PLS

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,623 % adalah 62,3 %. Sedangkan besarnya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalita pelanggan adalah 0,659 atau 65,9 %.

5.5.3 Pengujian *Goodness of Fit*

Pengujian *goodness of fit* tidak menjadi syarat utama dalam PLS, namun dalam penelitian ini dihitung sehingga model struktural yang dibangun robust dan akurat. Ada dua pengujian *goodness of fit*.

1. *Predictive relevance*

Nilai *predictive relevance* disimbulkan dengan Q^2 . Nilai dari Q-square dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut : $Q^2 = 1 - (1 - 0,623) (1 - 0,659)$
 $= 0.871$. Berdasarkan hasil dari perhitungan Q-square dapat dilihat bahwa nilai Q-square sebesar 0.8659. karena nilai $Q^2 > 0$, dapat disimpulkan model fit atau telah sesuai antara data dengan model.

2. *Goodness of Fit*

Yang kedua adalah dengan mencari nilai *Goodness of Fit* (GoF). Berbeda dengan CBSEM, untuk nilai GoF pada PLS-SEM harus dicari secara manual. Rumus untuk menghitung GoF adalah :

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2} \dots\dots Tenenhaus (2004)$$

Hasil perhitungan nilai rata – rata AVE adalah 0.6274, sedangkan rata – rata R^2 adalah 0.607, Sehingga nilai GOF adalah **0.6301**. Menurut Tenenhaus (2004), nilai GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF besar = 0,38. Metode kedua juga menunjukkan bahwa data yang terkait dengan penelitian kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai mediasi telah fit atau data telah sesuai dengan model.

5.6 Pembahasan

Perhitungan untuk menguji hipotesis telah dilakukan dengan SEM PLS dan terbukti beberapa hipotesis penelitian diterima seluruhnya, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis untuk menjelaskan alasan hipotesis diterima dan ditolak sesuai dengan teori dan kondisi empiris.

5.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan kualitas layanan yang diberikan Teluk Lamong termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Ini mencerminkan pelayanan yang dilakukan petugas sudah baik. Dengan pelayanan yang baik tadi maka pelanggan puas untuk menggunakan Teluk Lamong. Kualitas pelayanan adalah penyajian produk dan atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna jasa. Dimensi dalam kualitas pelayanan terdiri dari bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsibility*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Sedangkan kepuasan adalah hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Setiap individu yang menggunakan jasa dari suatu perusahaan pada awalnya memiliki harapan akan mendapatkan pelayanan yang baik. pelayanan baik dari karyawan maupun secara keseluruhan dari perusahaan. Pada saat pelanggan menggunakan layanan tersebut maka akan membandingkan harapan awal dengan kenyataan yang diperoleh. Apabila kualitas

layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya jika kualitas layanan yang diterima sama dengan harapan bahkan dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Kualitas layanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan jasa. Karena inti utama perusahaan jasa adalah memberikan atau menjual pelayanan. Sehingga jika sebagai inti utama perusahaan gagal memberikan layanan pada pelanggan, maka perusahaan jasa telah gagal dalam menyampaikan *core* bisnis utamanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarifuddin (2015), Aryani, D dan Rosinta, F. 2010, Indrianingsih et al (2015) dan Shartykarini, S, et al. (2016). Penelitian tersebut menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

5.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan kualitas layanan yang diberikan Teluk Lamong termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Ini mencerminkan pelayanan yang dilakukan petugas sudah baik. Dengan pelayanan yang baik tadi maka pelanggan loyal untuk menggunakan Teluk Lamong. Kualitas layanan dari perusahaan jasa berarti perusahaan menjamin akan memberikan layanan yang diberikan memenuhi 5 aspek dari kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *responsiveness*. Perusahaan harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Apabila perusahaan memenuhi kelima unsur dari kualitas layanan

tersebut dengan baik dan benar maka pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang seharusnya diperoleh dari penyedia jasa. Disamping itu, perusahaan dengan kualitas pelayanan yang baik akan menjadikan perusahaan memenangkan persaingan diantara sekian lembaga jasa yang lain. Sehingga penyampaian kualitas jasa yang baik bisa strategi memenangkan persaingan. Dengan pelayanan yang berkualitas tersebut maka pelanggan akan ingin terus menggunakan jasanya. Keinginan terus menggunakan jasa adalah bagian dari loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian Cronin dan Taylor dalam Budiarto, S. (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, artinya jika keandalan yang meliputi kemampuan memberikan yang dijanjikan dengan segera dapat dilakukan dengan baik maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian yang dilakukan Syarifuddin (2015), Indrianingsih et al (2015) dan Shartykarini, S, et al. (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

5.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori setuju, demikian juga loyalitas pelanggan juga termasuk dalam kategori tinggi. Ini mencerminkan pelanggan puas dan ingin terus menggunakan jasa bongkar muat di Teluk Lamong. Kepuasan merupakan perbandingan kinerja dengan harapan. Apabila kinerja atau kondisi nyata lebih baik dari harapan, maka yang muncul dalam

benak pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika kinerja atau kenyataan yang didapatkan sama atau bahkan lebih rendah dari harapan, maka yang muncul adalah ketidakpuasan. Sedangkan loyalitas adalah kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk atau jasa perusahaan dalam jangka panjang (Lovelock, et al., 2015)

Memenuhi kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan utama perusahaan. Memenuhi kepuasan pelanggan karena pada dasarnya dengan pengorbanan yang sudah dikeluarkan pelanggan maka mereka akan berharap lebih pada perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi hal tersebut akan ditinggalkan dan pelanggan akan mencari perusahaan lain yang dapat memenuhi harapannya atau ekspektasinya. Dengan espektasi atau harapan yang terpenuhi tersebut maka pelanggan akan datang kembali dan mengulangi menggunakan jasa atau membeli produk perusahaan. Karena pelanggan tidak berharap mendapatkan kekecewaan. Penting bagi perusahaan terus menjaga kepuasan dan menjaga agar pelanggan tidak kecewa agar pelanggan terus memilih perusahaan sebagai pilihan pertama. Hasil penelitian ini mendukung adanya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan adalah penelitian Syarifuddin (2015), Aryani, D dan Rosinta, F. 2010, Indrianingsih et al (2015) dan Shartykarini, S, et al. (2016). Seluruh penelitian tersebut menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sehingga terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas. Penelitian terkait dengan jasa pelayanan bongkar muat di terminal pelabuhan memperkaya hasil dari penelitian sebelumnya tersebut 3 diantaranya penelitian pada industri kuliner dan satu penelitian di sektor jasa yaitu jasa *fitness*

and gym. Dengan demikian kepuasan dapat berpengaruh pada loyalitas pada perusahaan yang menawarkan jasa sekaligus produk dengan layanan (kuliner).

5.6.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Peran mediasi kepuasan pelanggan terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak dilakukan di banyak penelitian. Seringkali penelitian berhenti menguji pada masing – masing hubungan. Peran mediasi menggambarkan pentingnya keberadaan kepuasan sebelum pelanggan loyal. Peran kepuasan yang penting sebelum loyal ini dikemukakan oleh Kotler, P dan Armstrong, G. (2018). Bahwa setelah pelanggan melakukan transaksi atau proses pembelian atau penggunaan jasa akan melakukan evaluasi pasca pembelian (*post purchase evaluation*). Evaluasi tersebut berupa membandingkan harapan dengan kinerja yang diperoleh. Konsumen akan mengharapkan kinerja yang diperoleh lebih baik dari harapannya sehingga kepuasan konsumen tercapai. Konsumen mengharapkan demikian karena konsumen telah mengeluarkan biaya untuk mendapatkan layanan atau jasa tersebut. Pengorbanan tersebut diharapkan diganti dengan pelayanan atau produk yang memuaskan. Kepuasan tersebut muncul pada industri jasa karena kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan harus memenuhi seluruh aspek dari bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsibility*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Kemudian setelah konsumen puas maka besar kemungkinan konsumen

akan kembali mengulang jasa atau produk tersebut di masa yang akan datang. Atau menjadikan perusahaan sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi pada proses berikutnya. Dengan demikian keberadaan kepuasan merupakan hal yang penting setelah konsumen mendapatkan layanan untuk selanjutnya berdampak pada loyalitas. Sehingga kepuasan berperan sebagai perantara atau mediasi. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian Kumalaningrum (2016) dan Pramono (2012) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

