



## **PENGARUH *TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE*, DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PELABUHAN**

**Kun Sri Harto<sup>1</sup>, Lukmanul Hakim<sup>2</sup>, Tibrani<sup>3</sup>**

Email: [kunsriharto@gmail.com](mailto:kunsriharto@gmail.com)

Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia<sup>1-2)</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia<sup>3)</sup>

### **Info Artikel**

Diserahkan April  
2022

Diterima Agust 2022  
Diterbitkan Sep 2022

Kata Kunci:

*Tangible*, *Reliability*,  
*Responsiveness*,  
*Assurance*, *Empathy*  
Kepuasan Pelanggan

Keywords:

*Tangible*, *Reliability*,  
*Responsiveness*,  
*Assurance*, *Empathy*  
*Customer Satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam baik secara parsial atau secara individual maupun analisis secara simultan atau secara bersama-sama. Tahapan setelah dilakukan kegiatan tinjauan pustaka dilakukan kegiatan tinjauan lapangan dan kegiatan penyusunan hipotesis, kemudian data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 (seratus) pelanggan penumpang kapal yang berangkat dari Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 448.604 (empat ratus empat puluh delapan ribu enam ratus empat) merupakan seluruh pelanggan Penumpang kapal yang berangkat selama kurun waktu tahun 2021 dan kemudian dilakukan pengolahan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data adalah dengan angket/kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis kuantitatif yaitu pengujian dengan uji validitas dan pengujian dengan uji reliabilitas, dengan analisis statistik deskriptif, pengujian dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian dengan uji t dan pengujian dengan uji F. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian dengan uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Pada pengujian dengan uji hipotesis *tangible* dan *responsiveness* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan masing-masing variabel *reliability*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji simultan dengan uji F, maka *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar hasil pengujian dengan uji F yang didapat nilai F hitung > F tabel (37,833 > 2,31) atau signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05).

### **Abstract**

*This study aims to analyze the effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction of service users at Pelabuhan telaga punggur badan perusahaan batam, either partially or individually or simultaneously or jointly. The stages after the literature review activity was carried out were field review activities and hypothesis formulation activities, then the data in this study was collected by distributing questionnaires to 100 (one hundred) passengers on ships departing from the population in this study as many as 448,604*

---

*(four hundred and forty eight thousand six hundred and four) are all customers of Passenger ships departing during the period of 2021 and then data processing is carried out. The instrumen used in the study to collect data was a questionnaire. The sampling technique taken is purposive sampling. The data analysis method used is quantitative analysis, namely testing with validity tests and testing with reliability tests, with descriptive statistical analysis, testing with classical assumption tests, multiple linear regression analysis, testing with t tests and testing with F tests. Based on data analysis, the results showed that the variables in this study were valid and reliable. In the classical assumption test, the data is normally distributed, there is no heteroscedasticity and multicollinearity. In testing the tangible and responsiveness it has a negative and insignificant effect on customer satisfaction, and each of the reliability, assurance, and empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous test with the F test, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously or simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Pelabuhan telaga pungur badan perusahaan batam. This is based on the results of the test with the F test which obtained the calculated F value > F table (37.833 > 2.31) or a significance of < 0.05 (0.000 < 0.05).*

---

Alamat Korespondensi:  
Gedung Program Pascasarjana  
Universitas Riau Kepulauan  
E-mail: jurnal.mob@gmail.com

## PENDAHULUAN

Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparat pemerintah saat ini dirasa masih jauh dari harapan masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya pengaduan dan keluhan dari masyarakat yang disampaikan melalui media massa dan media sosial. Tentu saja jika dibiarkan, pengaduan tersebut berdampak negatif bagi pemerintah. Selain itu, dapat menyebabkan ketidakpercayaan di kalangan masyarakat umum selaku pengguna layanan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah.

Hasil dari persepsi dampak penggunaan jasa pelayanan tentang tentang layanan yang digunakan adalah kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh pengelola layanan. Hubungan kepercayaan memungkinkan pelanggan dan pengguna pelayanan untuk membuat keputusan tertentu berdasarkan pengalaman pengguna. Rating mengubah semua perilaku pengguna pelayanan berdasarkan apa yang pengguna layanan alami, apa yang mereka lihat, apa yang pengguna pelayanan rasakan, dan bagaimana pelayanan digunakan dan diterapkan dibandingkan dengan tempat lain. Kepuasan Pelanggan adalah rasa kecewa atau senang yang dirasakan oleh satu orang atau lebih ketika membandingkan hasil kinerja yang dirasakan setelah menggunakan atau menerima suatu pelayanan.

Perkembangan dunia usaha Kepelabuhanan sangat pesat dengan meningkatnya persaingan dan tumbuhnya Terminal Pelabuhan menciptakan tingkat persaingan yang tinggi dan pengelola pelabuhan memperhatikan kebutuhan dan permintaan pelayanan serta berusaha memenuhi kepuasan pelayanan. Kepuasan dalam pelayanan adalah suatu kunci, agar usaha yang dijalankan berjalan lancar dan mendapatkan keuntungan sebagaimana tujuan utamanya. Kepuasan merupakan faktor kunci bagi pengguna jasa dalam pelayanan jasa. Adapun cara untuk memberikan kepuasan pelayanan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Masalah dan tantangan utama sebagai perusahaan jasa adalah apakah pelayanan yang diberikan serta dilakukan sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan atau tidak. Oleh karena itu, Badan Usaha Pelabuhan Batam selaku pengelola Pelabuhan Telaga Punggur sangat berkaitan dan terikat untuk selalu menjunjung tinggi kepercayaan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan terkait *tangible, reliability, responsiveness, empathy* dan *assurance* demi peningkatan kepuasan pelanggan. Badan Usaha Pelabuhan Batam selaku pengelola Pelabuhan Telaga Punggur perlu secara seksama menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Turun naiknya arus pelayanan penumpang kapal diduga ada keterkaitan dengan *tangible, reliability, responsiveness, empathy* dan *assurance* dalam pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.

Warga membutuhkan jasa yang bermutu, ialah jasa pas durasi, aman, serta nyaman. Jasa penumpang di Dermaga di Dermaga Danau Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam diawali dari jasa di tempat pemberhentian angkutan biasa ataupun posisi parkir alat transportasi di Dermaga, jasa mengarah posisi halte penumpang, jasa di halte penumpang serta jasa mengarah pintu masuk kapal. Tidak hanya itu, kesimpangsiuran perputaran penumpang dikala hendak naik ataupun turun dari kapal umumnya terjalin pada hari-hari besar keimanan serta prei nasional sebab terdapatnya lonjakan penumpang.

Permasalahan *tangible* (bukti langsung) yang sering menjadi keluhan pelanggan merupakan kebersihan, kenyamanan serta pencerahan di ruang menunggu kepergian serta zona kehadiran dermaga, ketersediaan sarana ruang menunggu dermaga, berkecukupan kapasitas ruang menunggu dermaga, tingkatan keringanan data di dermaga, zona tempat parkir, dan besaran biaya penggunaan fasilitas pelabuhan (*seaport tax*).

Daya tanggap manajemen Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam terhadap keluhan pelanggan. Permasalahan bagaimana respon terhadap Keluhan- keluhan yang dirasakan oleh klien seharusnya jadi estimasi pihak dermaga buat membenarkan mutu layanannya, tidak cuma mengenali keluhan-keluhan klien diharapkan wajib terdapat tahap rill buat menjawab keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelanggan.

Dari fenomena menunjukkan masih adanya kelemahan kelemahan pengelola Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pengelolaan Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam saat ini masih memiliki beberapa kekurangan dalam pelayanannya akan tetapi pelanggan tetap menggunakan jasa Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Turun naiknya arus pelayanan di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam diduga ada keterkaitan dengan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* dan *assurance* dalam pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pemasaran**

Pemasaran menurut Retina Sri (2018) mendefinisikan bahwa pemasaran mengacu pada semua upaya atau kegiatan produsen menyediakan barang dan jasa kepada konsumen. Kegiatan ini dirancang dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui cara berbagi atau dengan cara yang disebut pertukaran.

### **Kepuasan Pelanggan**

Tjiptono dan Chandra (2016) kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika dia menemukan bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah berhasil dipenuhi seperti yang diharapkan. Baik buruknya pelayanan tergantung pada apakah penyedia jasa dapat memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika pelayanan yang dirasakan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk/jasa yang telah dibeli dan digunakannya akan menggunakan kembali jasa/produk yang ditawarkan kepada mereka.

### ***Tangible* (Bukti Langsung)**

*tangible* atau Bukti langsung merupakan pelayanan dapat dilihat, dirasakan, serta diraba, oleh karena itu aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Bukti langsung sebuah perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada orang asing. Tampilan dan fungsi sistem operasi dan infrastruktur, serta kondisi lingkungan, adalah indikator nyata dari penyedia layanan. termasuk fasilitas fisik, material, peralatan, personel dan fasilitas telekomunikasi. Hal-hal baik yang dilihat mempengaruhi persepsi pelanggan.

**Reliability (Keandalan)**

*Reliability* atau keandalan adalah keahlian perusahaan guna memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah bahwa kepuasan pelanggan menderita jika layanan yang diberikan tidak memenuhi janji mereka. Oleh sebab itu, komponen maupun elemen dari aspek keandalan ini merupakan keterampilan perusahaan guna memberikan layanan secara mencukupi serta membebaskan anggaran yang sesuai.

**Responsiveness (Daya Tanggap)**

*Responsiveness* atau daya tanggap adalah kemampuan perusahaan untuk secara langsung dan cepat melakukan pelayanan oleh karyawan. Daya tanggap dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Meskipun ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan layanan, fasilitator layanan hendak berupaya membenarkan ataupun meminimalkan kehancuran pada pelanggan tanpa janji. Pandangan ini menekankan atensi serta kecekatan pegawai dalam menjawab permohonan, persoalan, serta keluhan klien. Oleh sebab itu, bagian ataupun bagian dari format ini melingkupi kemauan pegawai buat melayani klien, kecekatan pegawai dalam melayani pelanggan, dan menangani keluhan pelanggan.

**Assurance (Jaminan)**

*Assurance* atau jaminan merupakan wawasan serta sikap pegawai membagikan keyakinan pada pelanggan dalam memakai pelayanan yang ditawarkan. Pandangan ini berarti sebab melingkupi anggapan pelanggan mengenai resiko besar ketidakpastian hal keahlian fasilitator layanan. Industri membuat keyakinan serta kepatuhan pelanggan lewat keikutsertaan pegawai dengan cara langsung dalam ikatan dengan klien. Oleh sebab itu, bagian format ini mencakup kompetensi karyawan, termasuk keterampilan, kompetensi karyawan dalam pemberian layanan, dan reputasi bisnis, termasuk masalah yang terkait dengan kepercayaan konsumen terhadap bisnis, seperti reputasi bisnis, kinerja, dan lain-lain.

**Empathy (Peduli)**

*Empathy* atau peduli yang berpusat pada pelanggan adalah kemampuan perusahaan, yang diterapkan langsung oleh karyawannya, untuk fokus pada pelanggan individu, termasuk konsumen dan kebutuhan. Komponen dimensi ini merupakan kombinasi dari aksesibilitas atau kegunaan layanan yang disediakan oleh perusahaan.

**METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 448.604 pelanggan penumpang kapal yang berangkat selama kurun waktu tahun 2021. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Karakteristik Responden**

Berdasarkan Berdasarkan hasil pendataan yang diperoleh melalui kuisisioner yang diberikan kepada 100 (seratus) pelanggan penumpang kapal yang berangkat

di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam sebagai responden dapat diketahui karakteristik masing-masing pelanggan.

### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tanjung Pinang	76	76.0	76.0	76.0
	Tanjung Uban	13	13.0	13.0	89.0
	Lainnya	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1 (Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan) Sebagian besar responden 79 atau 79% pelanggan kapal pergi ke Tanjung Pinang, sedangkan sebagian besar pelanggan kapal sebesar 13 responden atau 13% bertujuan ke Tanjung Uban, dan jumlah responden paling sedikit bertujuan ke pelabuhan lainnya (Tarempa/Anambas, Sei tenam dan Lingga) sebanyak 11 responden atau 11%.

### 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia/Umur

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	17 tahun – 25 tahun	17	17.0	17.0	17.0
	26 tahun – 35 tahun	23	23.0	23.0	40.0
	36 tahun keatas	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 (Karakteristik Responden Berdasarkan Usia), menunjukkan bahwa responden yang berusia 36 tahun ke atas merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 60 responden atau 60%. Responden antara usia 26 dan 35 terdiri dari 23 responden atau 23%, sedangkan responden paling sedikit adalah mereka yang berusia antara 17 dan 25, sebesar 17 responden atau 17%.

### 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-laki	68	68.0	68.0	68.0
	Perempuan	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 dilihat dari (Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin), responden laki-laki paling banyak berjumlah 68 responden atau 68%, sedangkan responden perempuan paling sedikit yaitu 32 responden atau 32%.

#### 4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid SMA/SMK	23	23.0	23.0	23.0
Diploma 3/D3	9	9.0	9.0	32.0
Strata 1/ D4	58	58.0	58.0	90.0
Strata 2	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 (Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan, membuktikan kalau responden yang mempunyai pembelajaran Jenjang 1 atau D4 ialah sangat banyak jadi responden dalam riset ialah berjumlah 58 responden ataupun 58%, responden yang mempunyai pendidikan SMA/SMK berjumlah 23 responden atau 23%, responden yang memiliki pendidikan S2 berjumlah 10 responden atau 10%, dan yang paling sedikit menjadi responden yaitu responden yang memiliki pendidikan diploma 3/D3, terdiri dari 9 responden atau 9%.

#### 5) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Baru 1 kali	9	9.0	9.0	9.0
2 kali	7	7.0	7.0	16.0
3 kali atau lebih	84	84.0	84.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 (Karakteristik Reponden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan), menunjukkan bahwa responden yang berkunjung paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 84 responden atau 84% yang melakukan 3 kali atau lebih kunjungan keberangkatan, responden yang berkunjung keberangkatan pertama kali berjumlah 9 responden atau 9%, dari jumlah keseluruhan responden kunjungan keberangkatan paling sedikit yaitu responden kunjungan keberangkatan 2 kali, terdiri dari 7 responden atau 7%.

#### Uji Validitas

Diketahui jumlah pertanyaan pernyataan seluruhnya sebanyak 54 pertanyaan pernyataan. Uji validitas penelitian ini mencoba menentukan nilai hitung dari tabel  $r$  dengan menghitung korelasi yang dihitung dari  $r$  tabel 5% dari jumlah responden dengan nilai  $n = 100$  responden dari nilai tabel (0,196). Diketahui seluruh nilai  $r$  hitung  $> 0.196$  ( $r$  tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan pernyataan dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 6. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>Tangible</i> (X <sub>1</sub> )	0.867	8	<i>Reliable</i>
<i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )	0.922	10	<i>Reliable</i>
<i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> )	0.897	8	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )	0.933	8	<i>Reliable</i>
<i>Empathy</i> (X <sub>5</sub> )	0.920	10	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan	0.931	10	<i>Reliable</i>

Sumber: data diolah, 2022

Menurut hasil uji reliabilitas, semua nilai yang diperoleh dari hasil variabel X dan Y, kuesioner penelitian dikatakan reliabel bila nilai *Alpha Cronbarch's* lebih besar dari 0,6. Maka hasil uji reliabilitas tersebut reliabel karena nilai *Alpha Cornbarch* > 0,6.

## Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 7. Statistik Deskriptif**

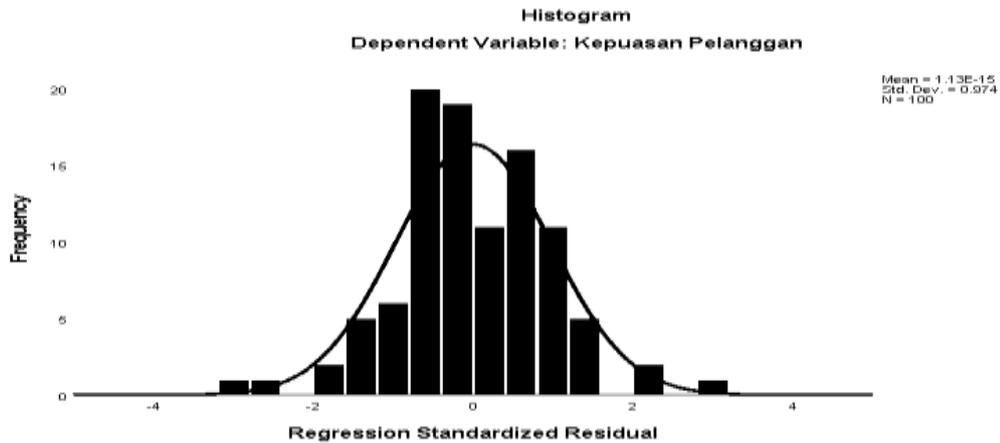
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Tangible</i> (X <sub>1</sub> )	100	15	40	33.06	5.011
<i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )	100	22	50	40.67	7.054
<i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> )	100	17	50	32.58	5.703
<i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )	100	18	40	33.23	5.003
<i>Empathy</i> (X <sub>5</sub> )	100	20	50	39.34	6.880
Kepuasan Pelanggan	100	21	50	41.72	6.437
Valid N ( <i>listwise</i> )	100				

Sumber: data diolah, 2022

Pada tabel 7 dapat diketahui Statistik deskriptif diketahui dari total skor variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Skor total adalah jumlah skor dari item 1 sampai pertanyaan terakhir dari setiap variabel. Variabel *Tangible* jumlah data 100, nilai minimum 15, nilai maksimum 40, rata-rata 33.06 dan standar deviasi 5.011. Variabel *Reliability* jumlah data 100, nilai minimum 22, nilai maksimum 50, rata-rata 40.67 dan standar deviasi 7.054. Variabel *Responsiveness* jumlah data 100, nilai minimum 17, nilai maksimum 50, rata-rata 32.58 dan standar deviasi 5.703. Variabel *Assurance* jumlah data 100, nilai minimum 18, nilai maksimum 40, rata-rata 33.23 dan standar deviasi 5.003. Variabel *Empathy* jumlah data 100, nilai minimum 20, nilai maksimum 50, rata-rata 39.34 dan standar deviasi 6.880. Sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan jumlah data 100, nilai minimum 21, nilai maksimum 50, rata-rata 41.72 dan standar deviasi 6.437.

**Uji Asumsi Klasik**  
**1) Uji Normalitas**

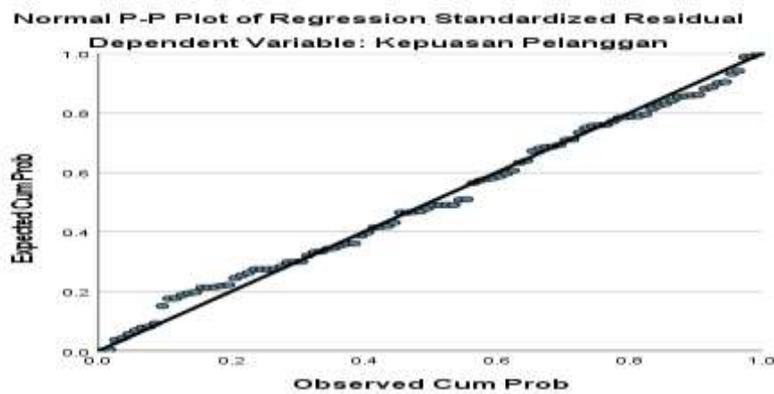
**Gambar 1. Uji Normalitas Histogram**



Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan gambar 1 diperoleh hasil uji normalitas histogram menghasilkan kurva gunung, pola dapat diasumsikan berdistribusi normal.

**Gambar 2. Normal P –Plot**



Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan gambar 2 hasil uji normal *P-plot* menghasilkan garis diagonal dan dapat dikatakan pola berdistribusi normal.

**Tabel 8. One Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.70880840
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.051
	Negatif	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Sig.		.272

Monte Carlo	99% Confidence	Lower Bound	.260
Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Interval	Upper Bound	.283
a. <i>Test distribution is Normal.</i>			
b. <i>Calculated from data.</i>			
c. <i>Lilliefors Significance Correction.</i>			
d. <i>This is a lower bound of the true significance.</i>			
e. <i>Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.</i>			

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas atas data diatas nilai *Asymp.Sig.*  $\leq 0.05$ , hingga bisa disimpulkan kalau residual berdistribusi wajar serta kebalikannya. Dari hasil uji normalitas metode *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh hasil sebesar 0.200 yang berarti berdistribusi normal.

2)

### 3) Uji Multikolinearitas

**Tabel 9. Uji Multikolinearitas**

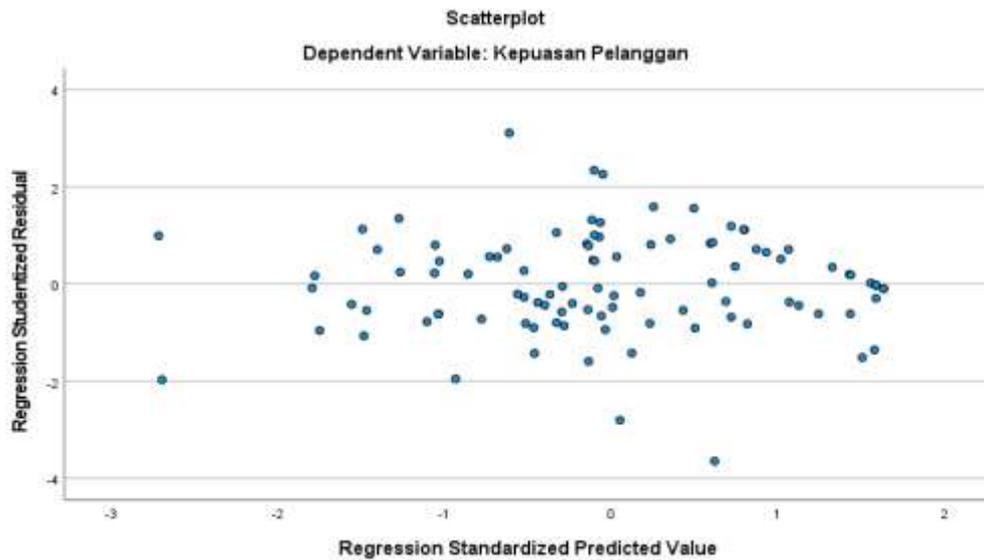
Model	<i>Coefficients<sup>a</sup></i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	<i>Tangible</i>	.348	2.872
	<i>Reliability</i>	.601	1.665
	<i>Responsiveness</i>	.251	3.977
	<i>Assurance</i>	.332	3.011
	<i>Empathy</i>	.231	4.323

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa nilai VIF *tangible* (X1) sebesar 2.872, *reliability* (X2) sebesar 1.665, *responsiveness* (X3) sebesar 3.977, *assurance* (X4) sebesar 3.011, dan *empathy* (X5) sebesar 4.323 yang artinya VIF dari tabel tersebut  $\leq 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0.10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

#### 4) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber: data diolah, 2022

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik tersebut terdistribusi secara acak dan terdistribusi baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	4,734	2,894			1,636	,105
<i>Tangible</i>	,085	,129	,066		,653	,515
<i>Reliability</i>	,167	,070	,183		2,384	,019
<i>Responsiveness</i>	,024	,134	,022		,182	,856
<i>Assurance</i>	,521	,133	,405		3,925	,000
<i>Empathy</i>	,237	,116	,253		2,047	,043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah, 2022

Berikut hasil regresi berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 28:

$$Y = 4,734 + 0,085X_1 + 0,167X_2 + 0,024X_3 + 0,521X_4 + 0,237X_5$$

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = *Tangible* (Bukti fisik)

X<sub>2</sub> = *Reliability* (Keandalan)

X<sub>3</sub> = *Responsiveness* (Daya tanggap)

X<sub>4</sub> = *Assurance* (Jaminan)

X<sub>5</sub> = *Empathy* (Empati)

Keterangan:

a. Konstanta ( $\alpha$ ) = 4,734

Maksudnya tanpa terdapatnya mutu layanan mencakup *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati), maka kepuasan pelanggan di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam nilainya positif sebesar 4,734.

b. Koefisien regresi  $X_1 = 0,085$

Nilai koefisien dari variabel *tangibles* (bukti fisik) adalah 0,085 yang membuktikan arah ikatan positif antara variabel *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien regresi  $X_2 = 0,167$

Nilai koefisien dari variabel *reliability* (keandalan) adalah 0,167 yang membuktikan arah ikatan positif antara variabel *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan.

d. Koefisien regresi  $X_3 = 0,024$

Nilai koefisien dari variabel *responsiveness* (daya tanggap), adalah 0,024 yang menunjukkan arah hubungan positif antara variabel *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan.

e. Koefisien regresi  $X_4 = 0,521$

Nilai koefisien dari variabel *assurance* (jaminan), adalah 0,521 yang menunjukkan arah hubungan positif antara variabel *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan.

f. Koefisien regresi  $X_5 = 0,237$

Nilai koefisien dari variabel *empathy* (empati), adalah 0,237 yang menunjukkan arah hubungan positif antara variabel *empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan.

## Uji Hipotesis

### 1) Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,734	2,894		1,636	,105
<i>Tangible</i>	,085	,129	,066	,653	,515
<i>Reliability</i>	,167	,070	,183	2,384	,019
<i>Responsiveness</i>	,024	,134	,022	,182	,856
<i>Assurance</i>	,521	,133	,405	3,925	,000
<i>Empathy</i>	,237	,116	,253	2,047	,043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Tangible* mempengaruhi minus tidak penting kepada kebahagiaan klien di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0.653 < 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.515 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) *Reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar

pada uji Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.384 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.019 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

- 3) *Responsiveness* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0.182 < 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.856 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 4) *Assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $3.925 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 5) *Empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.047 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.043 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2) Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 12. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2740,389	5	548,078	37,833	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1361,771	94	14,487		
	Total	4102,160	99			

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors*: (Constant), *Empathy*, *Reliability*, *Tangible*, *Assurance*, *Responsiveness*

Sumber: data diolah, 2022

*Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar hasil uji F yang didapat nilai F hitung  $> F$  tabel ( $37,833 > 2,31$ ) atau signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

### Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0.653 < 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.515 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

*Tangible* (bukti fisik) adalah kemampuan perusahaan memberikan penampilan serta kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan. *Tangible* adalah fisik dari pelabuhan Punggur Badan usaha Pelabuhan Batam, semacam sarana perkakas, riasan yang menarik, aparat yang berperforma apik, gedung yang mewah, higienis serta aman, posisi industri yang gampang ditemui dan ada tempat parkir yg terjangkau. *Tangible* ini sanggup pengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam membagikan jasa pada tiap klien. Perihal ini dapat ditinjau dari beberapa responden yang melaporkan kecukup setujuanya maksudnya situasi raga di

pelabuhan Telaga Punggur Badan usaha Pelabuhan Batam relatif buat memenuhi permintaan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik pada pelabuhan Punggur Badan usaha Pelabuhan Batam, maka kepuasan pelanggan akan semakin semakin tinggi.

Hasil penelitian diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prakoso dan Nurhadi (2017) dalam penelitiannya menyatakan kalau variabel *tangible* (fakta raga) tidak mempengaruhi penting. Opini yang serupa pula dikemukakan oleh Musa, Haeruddin, dan Haeruddin (2018) dalam penelitiannya menyatakan kalau variabel *tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan.

#### **Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.384 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.019 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

*Reliability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. *Reliability* merupakan keandalan dari pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam, seperti menyampaikan informasi penjualan tiket yang sesuai dijanjikan, melayani kebutuhan pelanggan dengan baik, disiplin, menangani kebutuhan pelanggan. *Reliability* ini dapat pengaruhi kenyamanan serta kelancaran jasa pada tiap klien. Perihal ini nampak dari kebanyakan responden yang sepakat dengan keandalan (*reliability*) pada pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Nilasari dan Istiatin (2015), yang menemukan variabel *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Pratiwi 2017) juga mengemukakan pendapat yang sama, yang menyatakan bahwa variabel *reliability* memiliki pengaruh positif yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0.182 < 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.856 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

*Responsiveness* merupakan ketanggapan dari pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam, semacam melayani dengan lekas untuk klien kala terjalin keluhkesah, membagikan data kejelasan durasi kepergian kapal, mau buat menolong klien, Mau menanggapi persoalan klien serta mempunyai durasi untuk menolong klien. Tanggung jawab ini bisa pengaruhi kenyamanan serta akurasi durasi penyampaian jasa pada tiap klien. Perihal ini nampak dari kebanyakan responden yang melaporkan sangat setuju terhadap (*responsiveness*) pada pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam cukup sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan dalam penelitian oleh Simon, Utami, dan Padmalia (2016) yang menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap).

### **Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $3.925 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jaminan (*assurance*) merupakan wawasan, keramahan, dan keahlian pegawai buat memunculkan keyakinan klien kepada fasilitator pelayanan. *Assurance* merupakan jaminan dari pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam, seperti petugas membuat pelanggan merasa aman, bersikap sopan dalam memberikan pelayanan, petugas mampu menjawab pelanggan dengan baik.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Lusiana *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* mempengaruhi minus serta penting kepada kebahagiaan klien. Pendapat yang serupa pula dikemukakan oleh Sugiyanto dan Kurniasari (2020) penelitiannya menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.047 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.043 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

*Empathy* merupakan empati dari Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam, semacam menganggap klien dengan benar-benar, mengutamakan kebutuhan klien, menguasai keinginan klien, menanggapi persoalan klien dengan ikhlas, membagikan layanan tanpa memandang latar belakang sosial, Menata jam kegiatan yang aman, gampang dihubungi klien. *Empathy* ini dapat pengaruhi kenyamanan serta kelancaran pemberian jasa pada tiap klien. Perihal ini nampak nyata dari kebanyakan responden yang sepakat kalau empati pada Dermaga Danau Punggur Badan Usaha Dermaga Batam cocok dengan kemauan klien. Terus menjadi mensupport empati di Dermaga Danau Punggur Badan Usaha Dermaga Batam, hingga hendak pengaruhi kebahagiaan klien.

Hasil dari riset ini pula dibantu dengan riset lebih dahulu yang dicoba oleh Abi (2021) yang melaporkan kalau elastis *empathy* mempengaruhi positif serta penting kepada kebahagiaan klien. Pendapat yang serupa pula dikemukakan oleh Lubis dan Andayani (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan**

*Tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Hal ini berdasar hasil uji  $F$  yang didapat nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $37,833 > 2,31$ ) atau signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

Berdasar hasil analisis maka Penelitian ini sejalan dengan apa yang telah dikemukakan oleh Kaengke, Tumbel, dan Walangitan (2020), Saputra dan Sudarsa (2019), Sattar, Mihani, dan Wahyuni (2021). Hasil penelitian menunjukkan, adanya

pengaruh secara bersama-sama *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara positif signifikan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Bahwa *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
2. Bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
3. Bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
4. Bahwa *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
5. Bahwa *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
6. Bahwa *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan *tangible* (bukti fisik), berdasar hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) mendapat nilai negatif, sehingga perhatian khusus harus diberikan pada dimensi ini. Badan Usaha Pelabuhan Batam perlu meningkatkan fasilitas yang disediakan saat ini, menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman, memperluas tempat parkir, Pada akhirnya diharapkan agar dimensi *tangible* memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan di Pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.
2. Berkaitan dengan *reliability* (keandalan), Badan Usaha Pelabuhan Batam perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat ini, dan menyelesaikan keluhan pelanggan dan pengaduan masyarakat secepat mungkin.
3. Berkaitan dengan *responsiveness* (daya tanggap), Badan Usaha Pelabuhan Batam perlu memberikan perhatian khusus kepada dimensi ini, karena hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai negatif. Badan Usaha Pelabuhan Batam dapat melakukan pendidikan dan pelatihan (diklat), melakukan mengadakan *Forum Grup Discussion* (FGD) terhadap petugas mengenai keinginan pelanggan untuk dilayani secara cepat dan tepat. Pada akhirnya diharapkan agar dimensi *responsiveness* akan memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Berkaitan dengan *assurance* (jaminan), Badan Usaha Pelabuhan harus dipertahankan dan bahkan memungkinkan pelabuhan untuk meningkatkan jumlah jaminan, yang merupakan salah satu faktor terpenting dari kepuasan pelanggan. Sikap petugas yang ramah membuat pelanggan senang dan nyaman

saat memberikan layanan, keamanan yang ditawarkan pelabuhan kepada pelanggan sangat baik.

5. Berkaitan dengan *empathy* (empati), Badan Usaha Pelabuhan untuk memberikan semua jenis kenyamanan kepada pelanggan, menyediakan pelayanan pelanggan 24 jam sampai pelanggan puas dan memberikan perhatian yang lebih secara personal pelabuhan Telaga Punggur Badan Usaha Pelabuhan Batam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Yudi Irawan. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Master Piece Karaoke Di Kota Bengkulu." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 9 (1): 50–58.
- Kaengke, Brigitha Lincincia, Tinnake M. Tumbel, and Olivia Walangitan. 2020. "Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli." *Business and Accounting Education Journal* 1 (2): 170–80.
- Lubis, Alfi Syahri, and Nur Rahmah Andayani. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam." *Journal of Applied Business Administration* 1 (2): 232–43.
- Lusiana, Lusiana, Salamun Pasda, Mustari Mustari, Muhammad Ihsan Said Ahmad, and Muhammad Hasan. 2020. "Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike." *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 3 (2): 34.
- Musa, Muhammad Ichwan, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, and M. Ikhwan Maulana Haeruddin. 2018. "Customers' Repurchase Decision in the Culinary Industry: Do the Big-Five Personality Types Matter?" *Journal of Business and Retail Management Research* 13 (1): 131–37.
- Nilasari, Eswika, and Istiatin. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo." *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta* 13 (01): 115736.
- Prakoso, Bayu, and Nurhadi. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar Di Gresik." *Bisnis Indonesia* 8 (1): 20–38.
- Pratiwi, Hardiyanti. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Takana Juo Di Makassar."
- Retina Sri, Sedjati. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1, C. Yogyakarta: Copyright ©2018 by Deepublish Publisher All Right Reserved.

- Saputra, Suparno, and Resty Yulistianis Sudarsa. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment." *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 9 (2): 21–31.
- Sattar, Mihani, and Devi Sri Wahyuni. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Bahagia Samarinda" 1 (2): 98–107.
- Simon, Kevin, Christina Whidya Utami, and Metta Padmalia. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel." *Journal Of Management* 1 (3): 383.
- Sugiyanto, Eviatiwi Kusumaningtyas, and Fera Kurniasari. 2020. "DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang)." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 3 (2): 112–25.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, Dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.