

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Pemancingan Swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol

Zahwa Shabila*, Budi Syamtoro

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana No.1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

*shabilazahwa@gmail.com

Kata Kunci
kualitas
pelayanan;
harga;
kepuasan
konsumen

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kapal Pemancingan Swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang berkunjung ke kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol sebanyak 124 orang, teknik sampling yang digunakan adalah *accidental Sampling* dengan menggunakan rumus slovin sampel penelitian ini sebanyak 95 orang. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol hal ini dibuktikan dengan uji t menunjukkan $t_{hitung} (4,992) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol hal ini dibuktikan dengan uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (5,494) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol dengan nilai $F_{hitung} (78,756) > F_{tabel} (3,10)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ dengan tingkat hubungan kuat sebesar 0,770 serta memiliki kontribusi pengaruh 0,583 atau 58,3%.

Keywords:
service quality;
price;
consumer
satisfaction

Abstract This study aims to determine the effect of service quality and price partially or simultaneously on consumer satisfaction on the Private Fishing Boat KM. Tanjidor 1 Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol. The method used is a quantitative method. The population in this study were consumers who visited the private fishing boat KM. Tanjidor 1 Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol as many as 124 people, the sampling technique used was accidental sampling using the slovin formula, the sample of this study was 95 people. The analysis techniques used include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, t-test and F-test. The results of the study showed that there was a significant influence between service quality on consumer satisfaction of private fishing boats KM. Tanjidor 1 Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol, this was proven by the t-test showing the t-value $(4,992) > t\text{-table} (1,985)$ and $sig (0,000) < 0,05$. There was a significant influence between price on consumer satisfaction of private fishing boats KM. Tanjidor 1 Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol, this was proven by the t-test showing the t-value $(5,494) > t\text{-table} (1,985)$ and $sig (0,000) < 0,05$. There was a simultaneous influence between service quality and price on consumer satisfaction of private fishing boats KM. Tanjidor 1 Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol by showing the Fcount value $(78,756) > F\text{table} (3,10)$ and $sig (0,000) < 0,05$ with a strong relationship level of 0,770 and has a contribution of influence of 0,583 or 58,3%.

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman membuat kondisi pertumbuhan ekonomi juga ikut berkembang, tak hanya pertumbuhan ekonomi tetapi juga pada dunia bisnis. Banyaknya bisnis yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah bisnis yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik.

Pelaku bisnis dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.

Kapal pemancingan Tanjidor 1 ini merupakan usaha perorangan yang dirintis dari 15 tahun yang lalu, terletak di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol, Kapal Pemancingan Swasta ini menawarkan jasa sewa kapal, harga yang ditawarkan juga terjangkau oleh konsumen dan variative. Target pemancing kebanyakan ikan tenggiri, berangkat jam 02.00 – 03.00 pagi hari dan kembali jam 15.00 – 16.00 sore hari, Untuk kapal sendiripun berukuran panjang 12 meter dan lebar 2,8 meter, maksimum pemancing atau angler 6 orang, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik kapal tersedia air galon, kail ikan tenggiri, kail kotrekan, tersedia juga toilet, kompor untuk masak, fish finder, GPS. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih kapal tertentu. Namun selama tiga tahun terakhir kondisi kapal mengalami penurunan penyewa kapal disebabkan meningkatnya persaingan kapal pemancingan yang serupa di sekitar lokasi yang sama.

Kapal Pemancingan KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol berkomitmen untuk selalu memberikan fasilitas pelayanan terbaik. Namun tak bisa dipungkiri terkadang pelayanan yang diberikan masih kurang dan tidak sebanding dengan harga yang dikeluarkan sehingga kurang memenuhi kriteria kepuasan terhadap konsumen dan memunculkan keluhan terhadap kapal pemancingan KM. Tanjidor 1. Dalam persaingan yang semakin ketat di sektor bisnis, Kapal Pemancingan KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan memenuhi harapan dan harga yang sesuai.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini

penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapal Pemancingan Swasta Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol”

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. berdasarkan uji koefisien determinasi variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. (Ayunani, et al., 2023)

Sedangkan dalam penelitian berjudul: Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Simpulan dari penelitian ini yaitu: (1) terdapat pengaruh yang signifikan ($p < 0,05$) secara parsial variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).; (2) terdapat pengaruh yang sangat signifikan ($p < 0,01$) secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).; (3) terdapat pengaruh yang sangat signifikan ($p < 0,01$) secara simultan variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Livingstone Cafe & Bakery. (Astrawan, et al., 2023)

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam Indrasari (2019), *service quality* atau kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat ditahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Harga

Menurut Alma dalam Indasari (2019), harga (price) adalah sejumlah uang yang di bayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Kepuasan konsumen

Menurut Khamdan (2023), kepuasan dalam kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata puas atau merasa senang (hal yang sifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya) kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data, asumsi uji klasik, uji regresi berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yang dibantu dengan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), sehingga dapat diketahui hubungan antar variabel yang akan dipaparkan secara deskriptif.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji validitas

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r		Keterangan
		r _{hitung}	r _{tabel}	
	Kuesioner 1	0,603	0,202	Valid
	Kuesioner 2	0,290	0,202	Valid
	Kuesioner 3	0,554	0,202	Valid
	Kuesioner 4	0,491	0,202	Valid
	Kuesioner 5	0,445	0,202	Valid
	Kuesioner 6	0,588	0,202	Valid
	Kuesioner 7	0,561	0,202	Valid
	Kuesioner 8	0,468	0,202	Valid
	Kuesioner 8	0,389	0,202	Valid
	Kuesioner 10	0,530	0,202	Valid
	Kuesioner 1	0,426	0,202	Valid
	Kuesioner 2	0,416	0,202	Valid
	Kuesioner 3	0,501	0,202	Valid
	Kuesioner 4	0,583	0,202	Valid
	Kuesioner 5	0,585	0,202	Valid
	Kuesioner 6	0,444	0,202	Valid
	Kuesioner 7	0,626	0,202	Valid
	Kuesioner 8	0,475	0,202	Valid
	Kuesioner 9	0,634	0,202	Valid

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r		Keterangan
		r _{hitung}	r _{tabel}	
	Kuesioner 10	0,623	0,202	Valid
	Kuesioner 1	0,464	0,202	Valid
	Kuesioner 2	0,392	0,202	Valid
	Kuesioner 3	0,502	0,202	Valid
	Kuesioner 4	0,439	0,202	Valid
	Kuesioner 5	0,580	0,202	Valid
	Kuesioner 6	0,606	0,202	Valid
	Kuesioner 7	0,671	0,202	Valid
	Kuesioner 8	0,563	0,202	Valid
	Kuesioner 9	0,564	0,202	Valid

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, uji validitas menggunakan SPSS Versi 26 pada semua variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai *Corrected item-Total Correclation* $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,202) maka semua butir item pernyataan dinyatakan valid. Uji reliabilitas

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,636	0,60	Reliabel
Harga (X_2)	0,717	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,702	0,60	Reliabel

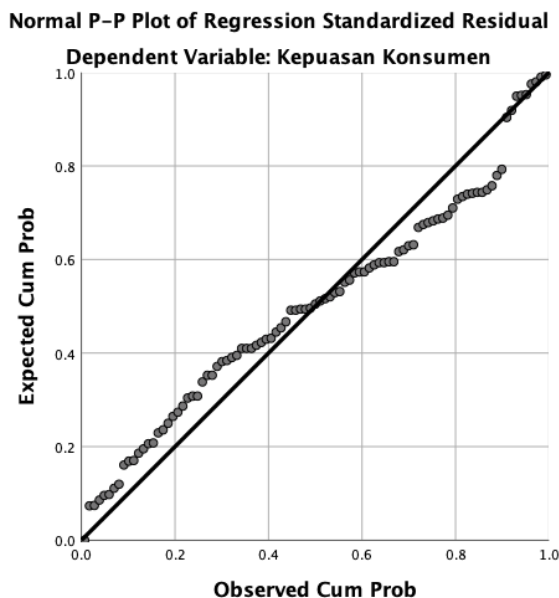
Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,636 > 0,60$ nilai *Cronbach's Alpha* variabel harga (X_2) adalah $0,717 > 0,60$ dan nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan konsumen (Y) adalah $0,702 > 0,60$ maka semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji asumsi klasik

Uji normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Normal P-P Plot.

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Hasil uji multikolinearitas

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.722	2.433		.708	.481		
	Kualitas Pelayanan	.424	.085	.411	4.992	.000	.654	1.530
	Harga	.440	.080	.452	5.494	.000	.654	1.530

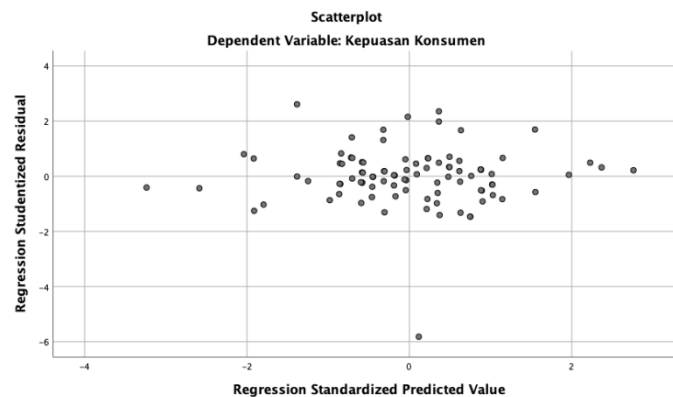
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, uji multikolinearitas menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai *tolerance* ($0,654 \geq 0,1$) dan nilai VIF ($1,653 \leq 10$) maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Scatterplot.

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis deskriptif variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y). Adapun data jawaban responden menjawab dengan metode skala likert, dimana pernyataan mengandung 5 alternatif jawaban. Selanjutnya di cari rata-rata dari setiap jawaban reponden untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, di gunakan skala interval sehingga panjang kelas intervalnya penelitian ini sebagai berikut:

$$P = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Dengan demikian kategori skala dapat di tentukan sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik
- 1,81 – 2,60 : Tidak Baik
- 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
- 3,41 – 4,20 : Baik
- 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Tabel 4. Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X_1)

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Juml ah (n)	Sk or	Rata 2	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	ST S				
Berwujud (<i>Tangibles</i>)										

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
1.	Kondisi peralatan dan perlengkapan dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen	9	24	39	19	4	95	300	3,16	Cukup Baik
2.	Kondisi fasilitas kapal yang bersih dapat memberikan pengaruh kepuasan pada konsumen	7	18	59	10	1	95	305	3,21	Cukup Baik
Keandalan (<i>Reability</i>)										
3.	Pelayanan yang handal dan cekatan dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen	11	21	44	15	4	95	305	3,21	Cukup Baik
4.	Keandalan petugas kapal menjadi bagian penting dalam melayani konsumen	3	26	53	13	0	95	304	3,20	Cukup Baik
Ketanggapan (<i>Responsives</i>)										
5.	Ketanggapan dalam berkomunikasi memberikan pelayanan sangat penting dimiliki untuk melayani konsumen	10	25	51	9	0	95	321	3,38	Cukup Baik
6.	Ketanggapan petugas dapat memberikan pengaruh kepuasan kepada konsumen	7	27	46	13	2	95	309	3,25	Cukup Baik
Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)										
7.	Jaminan keamanan menggunakan jasa kapal ini memberikan pengaruh rasa kepercayaan kepada konsumen	8	28	44	14	1	95	313	3,29	Cukup Baik
8.	Kepastian keselamatan sehingga konsumen merasa aman merupakan hal penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	6	26	53	10	0	95	313	3,29	Cukup Baik
Empati (<i>Empathy</i>)										

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
9.	Rasa empati yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen	7	34	39	13	2	95	316	3,33	Cukup Baik
10.	Membuat konsumen merasa dihargai dan diprioritaskan saat menggunakan jasa kapal dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen	4	29	49	12	1	95	308	3,24	Cukup Baik
Jumlah		72	258	477	128	15	950			
Presntase (%)		7,6 %	27,2 %	50,2 %	13,5 %	1,6 %	100 %			

Sumber: Jawaban kuesioner yang diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan yaitu 3,26 dikategorikan cukup baik. Dari hasil kuesioner diketahui sebagai berikut:

- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 72 jawaban atau sebesar 7,66%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 258 jawaban atau sebesar 27,2%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab kurang setuju (KS) sebanyak 477 jawaban atau sebesar 50,2%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 128 jawaban atau sebesar 12,5%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 15 jawaban atau sebesar 1,6%.

Tabel 5. Deskripsi variabel harga (X₂)

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Juml ah (n)	Sk or	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	ST S				
Keterjangkauan Harga										
1.	Keterjangkauan harga dapat memberikan kepuasan konsumen	2	11	64	16	2	95	280	2,95	Cukup Baik
2.	Harga yang dinilai terjangkau sangatlah penting dalam	4	33	44	13	1	95	311	3,27	Cukup Baik

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
	menciptakan transaksi sewa									
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan										
3.	Kesesuaian harga dengan kualitas merupakan faktor penting dalam memberikan pengaruh kepuasan pada konsumen	3	18	62	12	0	95	297	3,13	Cukup Baik
4.	Kesesuaian harga dengan kualitas menjadi salah satu faktor dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen	6	18	47	21	3	95	308	3,03	Cukup Baik
Daya Saing Harga										
5.	Daya saing harga sewa kapal lebih terjangkau dibandingkan dengan kapal lain hal ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen	7	25	49	13	1	95	309	3,25	Cukup Baik
6.	Daya saing harga sewa kapal yang kuat menjadi faktor yang dilihat konsumen untuk menyewa kapal	12	28	38	16	1	95	319	3,36	Cukup Baik
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat										
7.	Kesesuaian harga dengan manfaat menjadi perhatian penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen	7	17	51	18	2	95	294	3,09	Cukup Baik
8.	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan memberikan kepuasan kepada konsumen	4	31	46	12	2	95	308	3,24	Cukup Baik
Harga Mempengaruhi Konsumen Mengambil Keputusan										
9.	Harga yang sesuai dengan konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	5	25	47	17	1	95	301	3,17	Cukup Baik

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
10.	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam kemampuan memberikan kepuasan konsumen	6	30	45	13	1	95	312	3,28	Cukup Baik
Jumlah		56	236	493	151	14	950			
Presntase (%)		5,9 %	24,8 %	51,9 %	15,9 %	1,5 %	100 %			

Sumber: Jawaban kuesioner yang diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata variabel harga yaitu 3,18 dikategorikan cukup baik. Dari hasil kuesioner diketahui sebagai berikut:

- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 56 jawaban atau sebesar 5,9%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 236 jawaban atau sebesar 24,8%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab kurang setuju (KS) sebanyak 493 jawaban atau sebesar 51,9%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 151 jawaban atau sebesar 15,9%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 14 jawaban atau sebesar 1,5%.

Tabel 6. Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Y)

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
Kesesuaian Harapan										
1.	Kesesuaian harapan fasilitas Kapal Tanjidor 1 sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen	7	27	40	18	3	95	302	3,18	Cukup Baik
2.	Kesesuaian harapan pelayanan yang diberikan Kapal Tanjidor 1 sesuai dengan ekspektasi konsumen	9	19	45	21	1	95	299	3,15	Cukup Baik

No.	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah (n)	Skor	Rata ²	Ket.
		5	4	3	2	1				
		SS	S	KS	TS	STS				
3.	Kesesuaian harapan dapat memberikan rasa kepuasan kepada konsumen	11	33	35	15	1	95	323	3,40	Cukup Baik
Minat Menggunakan Kembali										
4.	Saya berniat menggunakan kembali Kapal Tanjidor 1 dilain waktu	9	34	36	14	2	95	319	3,36	Cukup Baik
5.	Saya berniat menggunakan kembali Kapal Tanjidor 1 bersama dengan rekan saya	3	31	50	11	0	95	311	3,27	Cukup Baik
6.	Saya menggunakan kembali Kapal Tanjidor 1 karena sudah merasakan kepuasan	4	25	56	9	1	95	307	3,23	Cukup Baik
Kesediaan Merekomendasikan										
7.	Saya akan merekomendasikan sewa Kapal Tanjidor 1 kepada yang lain	10	40	38	6	1	95	337	3,55	Baik
8.	Saya bersedia memberikan informasi mengenai keunggulan sewa Kapal Tanjidor 1 kepada yang lain	6	19	59	10	1	95	304	3,20	Cukup Baik
9.	Saya tidak ragu merekomendasikan sewa Kapal Tanjidor 1 kepada yang lain	10	23	38	21	3	95	301	3,17	Cukup Baik
Jumlah		69	251	497	125	13	855			
Presntase (%)		8,1 %	28,4 %	46,4 %	14,6 %	1,5 %	100 %			

Sumber: Jawaban kuesioner yang diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata variabel kepuasan konsumen yaitu 3,28 dikategorikan cukup baik. Dari hasil kuesioner diketahui sebagai berikut:

- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 69 jawaban atau sebesar 8,1%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 251 jawaban atau sebesar 28,4%.

- Total jawaban seluruh responden yang menjawab kurang setuju (KS) sebanyak 497 jawaban atau sebesar 46,4%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 125 jawaban atau sebesar 14,6%.
- Total jawaban seluruh responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 12 jawaban atau sebesar 1,5%.

Analisis regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi satu variabel tergantung berdasarkan pada satu variabel bebas. Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Analisis ini digunakan dengan melibatkan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier sederhana $Y = a + bX$. Untuk mengetahui hubungan secara masing-masing antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis regresi linier sederhana dengan SPSS versi 26. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil analisis regresi linier sederhana
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.753	2.584		.010
	Kualitas Pelayanan	.699	.079	.677	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai persamaan regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 6,753 + 0,699x$. Persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Y adalah kepuasan konsumen dan X adalah kualitas pelayanan.
- *Constant* = 6,753 artinya konstanta bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila kualitas pelayanan bernilai tetap maka kepuasan konsumen nilainya sebesar 6,753 satuan. Konstanta bernilai positif artinya memiliki hubungan yang positif.
- Kualitas Pelayanan = 0,699 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,699 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin bertambah kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil analisis regresi linier sederhana harga terhadap kepuasan konsumen

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.060	2.327		3.464	.001
	Harga	.675	.073	.694	9.300	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai persamaan regresi antara harga terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 8,060 + 0,675x$. Persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Y adalah kepuasan konsumen dan X adalah harga.
- *Constant* = 8,060 artinya konstanta bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila harga bernilai tetap maka kepuasan konsumen nilainya sebesar 8,060 satuan. Konstanta bernilai positif artinya memiliki hubungan yang positif.
- Kepuasan Konsumen = 0,675 artinya apabila harga meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,675 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat harga maka semakin bertambah kepuasan konsumen.

Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen (kepuasan konsumen). Bila variabel independen (kualitas pelayanan dan harga). Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 dan X_2). Persamaan regresi linier berganda $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis regresi linier sederhana dengan SPSS versi 26. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Hasil analisis regresi linier berganda kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
1	(Constant)	1.722	2.433		.708	.481	
	Kualitas Pelayanan	.424	.085	.411	4.992	.000	.654 1.530
	Harga	.440	.080	.452	5.494	.000	.654 1.530

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai persamaan regresi antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 1,722 + 0,424x_1 + 0,440x_2$. Persamaan tersebut disimpulkan sebagai berikut:

- Y adalah kepuasan konsumen, X_1 adalah kualitas pelayanan dan X_2 adalah harga.
- *Constant* = 1,722 artinya konstanta bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila kualitas pelayanan dan harga bernilai tetap maka kepuasan konsumen nilainya sebesar 1,722 satuan. Konstanta bernilai positif artinya memiliki hubungan yang positif.
- Kualitas Pelayanan (X_1) = 0,424 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,424 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin bertambah kepuasan konsumen.
- Harga (X_2) = 0,440 artinya bila harga meningkat satu satuan maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,440 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan konsumen, semakin meningkat harga maka semakin bertambah kepuasan konsumen.

Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel. Koefisiern korelasi, yang dinotasikan sebagai r. Besarnya koefisien korelasi, dapat berpendoman pada pedoman interpretasi koefisien korelasi. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan SPSS versi 26. Hasil analisis koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Hasil analisis koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.459	.453	3.110
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien korelasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,677 bila di lihat dari pedoman interpretasi koefisien korelasi nilai tersebut berada diantara 0,600-0,799 yang berarti tingkat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kuat.

Tabel 11. Hasil analisis koefisien korelasi harga terhadap kepuasan konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.482	.476	3.043

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien korelasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) antara harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,694 bila di lihat dari pedoman interpretasi koefisien korelasi nilai tersebut berada diantara 0,600-0,799 yang berarti tingkat hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen kuat.

Tabel 12. Hasil analisis koefisien korelasi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.592	.583	2.714

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien korelasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,770 bila di lihat dari pedoman interpretasi koefisien korelasi nilai tersebut berada diantara 0,600-0,799 yang berarti tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kuat.

Analisis koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan menunjukkan besaran tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen. Adapun besarnya kontribusi dari X terhadap nilai Y dapat dihitung dengan rumus $KD = r^2 \times 100\%$. Untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan SPSS versi 26. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Hasil analisis koefisien determinasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.459	.453	3.110

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien determinasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,459 maka disimpulkan kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,459 atau 45,9%.

Tabel 14. Hasil analisis koefisien determinasi harga terhadap kepuasan konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.482	.476	3.043

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien determinasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) antara harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,482 maka disimpulkan harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,482 atau 48,2%.

Tabel 15. Hasil analisis koefisien determinasi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.592	.583	2.714

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, analisis koefisien determinasi menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,583 maka disimpulkan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,583 atau 58,3%.

Pengujian hipotesis

Tabel 16. Hasil uji t kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.722	2.433		.708	.481		
Kualitas Pelayanan	.424	.085	.411	4.992	.000	.654	1.530
Harga	.440	.080	.452	5.494	.000	.654	1.530

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Hipotesis 1

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Berdasarkan tabel di atas, uji t menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai t_{hitung} (4,992) $> t_{tabel}$ (1,985) dan sig (0,000) $< 0,05$ maka H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Hipotesis 2

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

H_{a2} : Terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal Pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Berdasarkan tabel di atas, uji t menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai t_{hitung} (5,494) $> t_{tabel}$ (1,985) dan sig (0,000) $< 0,05$ maka H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Tabel 17. Hasil uji F kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

ANOVA ^a						
		Sum of				
Model		Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	761.966	1	761.966	78.756	.000 ^b
	Residual	899.782	93	9.675		
	Total	1661.747	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025.

Hipotesis 3

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

H_{a3} : Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Berdasarkan tabel di atas, uji F menggunakan SPSS Versi 26 menunjukkan nilai F_{hitung} (78,756) $> F_{tabel}$ (3,10) dan sig (0,000) $< 0,05$ maka H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai persamaan regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 6,753 + 0,699x$ yang berarti terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin bertambah kepuasan konsumen. Analisis koefisien korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,677 maka tingkat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kuat.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,459 maka disimpulkan kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,459 atau 45,9%. Uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (4,992) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai persamaan regresi antara harga terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 8,060 + 0,675x$ yang berarti terjadi hubungan positif antara harga terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat harga maka semakin bertambah kepuasan konsumen. Analisis koefisien korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,694 maka tingkat hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen kuat.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,482 maka disimpulkan harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,482 atau 48,2%. Uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (5,494) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai persamaan regresi antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu $Y = 1,722 + 0,424x_1 + 0,440x_2$ yang berarti terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan dan harga maka semakin bertambah kepuasan konsumen. Analisis koefisien korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,770 maka tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kuat.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,583 maka disimpulkan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,583 atau 58,3%. Uji F menunjukkan

nilai $F_{hitung} (78,756) > F_{tabel} (3,10)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol hal ini dibuktikan dengan uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (4,992) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ dengan maka tingkat hubungan kuat sebesar 0,677 serta memiliki kontribusi sebesar 0,459 atau 45,9%.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol hal ini dibuktikan dengan uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (5,494) > t_{tabel} (1,985)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ dengan tingkat hubungan kuat sebesar 0,694 serta memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,482 atau 48,2%.

Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen kapal pemancingan swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol dengan menunjukkan nilai $F_{hitung} (78,756) > F_{tabel} (3,10)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ dengan tingkat hubungan kuat sebesar 0,770 serta memiliki kontribusi pengaruh 0,583 atau 58,3%.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel-variabel yang belum diteliti. Selanjutnya perlu meneliti strategi pemasaran yang patut dilakukan untuk menarik minat konsumen. Kemudian kemudahan-kemudahan yang diberikan agar konsumen semakin puas menggunakan Kapal Pemancingan Swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol.

PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri tanpa ada bantuan dan dukungan dana dari pihak lain atau pihak ketiga. Ucapan terima kasih disampaikan kepada segenap manajemen Kapal Pemancingan Swasta KM. Tanjidor 1 di Dermaga PLTU Bahtera Jaya Ancol, yang telah bersedia memberikan data, waktu, dan tempat. Sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan sudah bisa dipublikasikan pada Jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aprilia, H, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Online terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto, S.(2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Astrawan, I. K. O., Sanjaya, I. W. K., & Ekasani, K. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(8), 1712-1728.
- DOI: <https://doi.org/10.22334/paris.v2i8.495>
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Solusi*, 21(3), 290-299. DOI: <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079>
- Fachrurazi., & dkk. (2022). *Pengantar Manajemen*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Fadillah, M, D., & Fadillah. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Nusantara Card Semesta Cabang Kemanggisan Jakarta Barat. *Jurnal PERKUSI*, 4(3), 489-496.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2019). *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Halim, F., Kurniullah, A, Z., Efendi, M, B., & dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *Jurnal Widya Ekonomika*, 1(1).
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra pada PT Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(1).
- Ibrahim, H., & dkk. (2023). *Pengantar Manajemen*. Jambi: PT Sompedia Publishing Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kahamdan, R., (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN KHAS Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuwaraningtyas, H, L. (2017). Pengaruh Produk, Harga dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten. Universitas Santa Dharma Yogyakarta.
- Manap, A., dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar dan Strategi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Moenir, H. (2017). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Primadiawan, I, A, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO EKA. Universitas Santa Dharma Yogyakarta.

- Rama, R. A., & Anhary, A. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Doel Motor di Depok. *Jurnal PERKUSI*, 4(2), 208-221.
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality and Customer Statification Edisi kelima*. Yogyakarta: Andi.
- Wardani, I. W., & Syamtoro, B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien pada Puskesmas Limo Kota Depok. *Jurnal of Research and Publication Inovation*, 3(10), 1436-1448.
- Wardani, T. U. (2017). Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transfortasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara). Universitas Negeri Sumatera Utara.