

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TIKET BERBASIS ONLINE  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA  
TRANSPORTASI LAUT KAPAL EXPRESS BAHARI**

*The Influencer Of The Quality Of Online Based Ticket Services On Costumer  
Satisfaction Users Of Bahari Express Sea Transportation Service*

Oleh :

Ilafatul Hasanah<sup>1)</sup>, Ida Syafriyani<sup>2)</sup>

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Wiraraja

E-mail : [Ilafaa16@gmail.Com](mailto:Ilafaa16@gmail.Com)<sup>1)</sup>, [Idafisipuniija@gmail.com](mailto:Idafisipuniija@gmail.com)<sup>2)</sup>

**Abstrack**

*In the midst of technological developments, human needs for services have increased. PT Sakti Inti Makmur as the operator of the Fast Express Bahari 9c ship must be able to address consumer needs even before consumers need them. Referring to the rapid development of this technology, there are many new applications, one of the applications issued by Pt. This study uses a quantitative method with a comparative causal research type, for data collection in this study by distributing questionnaires online to 94 respondents. The statements are related to service quality variable indicators and customer satisfaction indicators. This study aims to determine the effect of online-based ticket service quality on customer satisfaction of sea transportation service users on maritime express ships. The results of the study stated that the quality of online-based ticket services had a positive influence seen from the linear regression equation  $Y = 2.884 + 0.654X$  with a regression coefficient  $r_{count}$  of  $0.654 > r_{table}$  of  $0.202$  ( $0.654 > 0.202$ ). This explains that the regression coefficient is significant and  $H_a$  is accepted. meaning that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction.*

**Keywords: service quality, customer satisfaction**

**Abstrack**

Ditengah perkembangan teknologi membuat manusia akan kebutuhan jasa mengalami peningkatan. PT sakti inti makmur selaku operator kapal cepat express bahari 9c harus mampu mengatasi kebutuhan konsumen bahkan sebelum konsumen membutuhkannya. Mengacu pada pesatnya perkembangan teknologi tersebut memunculkan banyak aplikasi terbaru, salah satu aplikasi yang dikeluarkan Pt pelayaran sakti inti makmur adalah aplikasi express bahari mobile yang diharapkan dapat memberikan kemudahan pelayanan bagi calon penumpang yang akan memesan tiket. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komperatif, untuk pengambilan data dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner secara online kepada 94 responden adapun pernyataanya berkaitan dengan indikator variabel kualitas pelayanan dan indikator kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tiket berbasis online terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi laut pada kapal express bahari. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan tiket berbasis online terdapat pengaruh positif dilihat dari persamaan regresi linear  $Y = 2,884 + 0,654X$  dengan koefisien regresi  $r_{hitung}$  sebesar  $0,654 > r_{tabel}$  sebesar  $0,202$  ( $0,654 > 0,202$ ). Hal ini menjelaskan bahwa koefisien regresi adalah signifikan dan  $H_a$  diterima. artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan**

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki reputasi sebagai negara dengan jumlah pulau terbanyak di dunia. Ia memiliki total 17.504 pulau dengan lebar 1.904.569 km, karena itu transportasi sangat berperan sebagai penghubung antar pulau-pulau yang ada di Indonesia, salah satu pulau yang terdapat di Indonesia adalah Pulau Madura. Pulau ini terletak di sebelah timur laut provinsi Jawa Timur dan merupakan bagian dari kepulauan Indonesia yang terkenal. Pulau Madura memiliki beberapa kabupaten, salah satunya adalah Kabupaten Sumenep. Wilayah Kabupaten Sumenep terdiri dari pulau-pulau kecil yang tersebar luas di sekitar pulau utama Madura. Kabupaten Sumenep merupakan salah satu daerah penting di Pulau Madura dengan keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang menarik untuk dikunjungi. mengingat wilayah yang terdiri dari pulau-pulau kecil yang tersebar luas di Pulau Madura, transportasi laut sangat dibutuhkan sebagai sarana penghubung antar pulau dengan daratan. Salah satu pelabuhan penting yang berfungsi sebagai penghubung antar kepulauan dengan daratan adalah Pelabuhan Kalianget.

Pelabuhan Kalianget merupakan cabang dari PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) atau Pelindo III. PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) adalah sebuah

perusahaan milik negara yang mengelola pelabuhan-pelabuhan di wilayah Jawa Timur, termasuk Pelabuhan Kalianget yang berada di wilayah Surabaya, Jawa Timur. Pelabuhan ini memiliki peran vital dalam memfasilitasi transportasi laut dan perdagangan antar pulau-pulau di wilayah Pulau Madura dan sekitarnya.

Akan tetapi berdasarkan observasi yang sebelumnya dilakukan oleh peneliti dilihat pelayanan transportasi laut yang terdapat dipelabuhan kaliaget masih belum dirasa maksimal dan masih banyak sekali masalah yang dihadapi seperti halnya transportasi lintasan kaliagnet-kangean yang terkendala dengan keterbatasannya jumlah kapal yang beroperasi yakni hanya terdapat 2 unit kapal yang tersedia yaitu kapal holalo dan kapal printis dengan rata-rata perjalanan yang ditempuh kapal tersebut selama 8-12 jam.

Minimnya jumlah kapal yang beroperasi tersebut tidak sebanding dengan jumlah penumpang yang ada di pelabuhan kaliagnet sehingga tidak jarang terjadi penumpukan calon penumpang, meskipun setiap ada kapal yang beroperasi pasti selalu terisi *full* dan bahkan sampai melebihi kapasitas kapal, terutama saat mendekati hari raya idhul fitri maupun idhul adha. Oleh karena itu pemerintah kabupaten sumenep dalam memenuhi kebutuhan serta mendukung kelancaran mobilitas masyarakat kepulauan dan

mengatasi permasalahan yang telah dipaparkan di atas yakni dengan menambah sarana transportasi yaitu PT Pelayaran Sakti Inti Makmur dengan armada kapal *express* bahari.

PT. Pelayaran Sakti Inti Makmur adalah perusahaan yang menjadi operator kapal cepat Express Bahari hadir sebagai transportasi pilihan masyarakat, karena kapal ini merupakan satu-satunya kapal tercepat yang ada di lintasan kaliangtangan dengan perjalanan yang di tempu selama 4 jam. . PT ini memiliki Visi Misi Menjadi perusahaan pelayaran yang terpercaya, menjadi yang terbaik dalam hal keselamatan, dan menyediakan kualitas pelayanan terbaik. serta memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam pelayanan supaya pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan.

Seiring dengan perkembangan teknologi pt pelayaran sakti inti makmur selaku operator kapal *express* bahari berinovasi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen yaitu dengan meluncurkan aplikasi *express bahari mobile* dengan harapan penerapan pelayanan tiket berbasis online ini bisa mengatasi permasalahan yang sering terjadi di lapangan seperti terdapat antrian panjang dan terjadi desak-desakan antar penumpang satu dengan penumpang lainnya untuk mendapatkan pelayanan tiket

terlebih dahulu karena kapasitas kapal sangat terbatas yakni sebanyak 402 orang saja. Akan tetapi tidak semua anggota masyarakat memiliki kemampuan untuk mengakses internet karena beberapa alasan, salah satu faktor diantaranya adalah ketidakmerataan jaringan internet dan juga keberadaan banyak orang yang belum memiliki perangkat untuk terhubung ke internet. Dengan mempertimbangkan konteks yang disebutkan, peneliti tertarik untuk menyelidiki pengaruh dari kualitas pelayanan tiket berbasis online terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

## **2. TINJAUAN TEORITIS**

### **2.1 Kualitas Pelayanan Publik**

Bagi penyedia jasa kualitas merupakan faktor utama yang sangat perlu dikerjakan dengan baik karena pengaplikasian kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi utama perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan untuk jasa yang diberikan. menurut Tjiptono (1997) dalam Dr Hardiansya, M.Si (2018:54) kualitas pelayan publik adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakain, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar, bisa memuaskan pelannggan. Menurut Fandy Tjiptono Ph.D. (2016:295)

terdapat lima faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: 1.) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. 2.) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya. 3.) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan pelanggan. 4.) Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu. 5.) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2015) Untuk mengukur indikator kualitas pelayanan elektronik Zeithaml, dkk. mengidentifikasi tujuh dimensi yang membentuk “*core online service*” yaitu: 1. Efisiensi (*efficiency*) 2.) Ketersediaan sistem (*system availability*) 3.) Pemenuhan (*Fullfillment*) 4.) Privasi (*privacy*) 5.) Daya Tanggap (*Responsiveness*) 6.) Kompensasi 7.) Kontak (*contact*)

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

Dalam membangun sebuah usaha hal yang utama di inginkan pastinya keuntungan dan keberhasilan dalam usaha tersebut. Tak heran jika perusahaan sangat memperhitungkan segala faktor. Mulai dari modal, pengeluaran anggaran, hingga mencari orang-orang yang berkompeten untuk membuat usaha tersebut dapat berkembang dengan baik. Namun keberhasilan dari suatu usaha tidak lepas dari penilaian kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun sebuah usaha, karena apabila konsumen merasa puas tentu itu dapat meningkatkan penjualan dari perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Walker, et al. (2001:35) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara produk yang dibeli dengan harapannya.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut Lupiyoadi (2014:21) yaitu: 1. Kualitas produk, 2. Kualitas pelayanan, 3. Emosional, 4. Harga, 5. Biaya. Kepuasan pelanggan menjadi

modal penting untuk menjadi kesuksesan sebuah bisnis. Dengan memperhatikan indikator dari kepuasan para pelanggan, kita bisa mengetahui apakah strategi dalam pemasaran yang di jalankan oleh perusahaan itu berhasil atau tidak. Apabila strategi pemasaran kita berhasil dan bisa memenuhi kepuasan pelanggan maka akan berdampak positif pada penjualan produknya secara langsung. Menurut Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono (2004:101) Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari :1.Sesuai harapan,Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan 2. Merekomendasikan pada orang lain. Konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan dengan memberikan informasi kepada kerabat dan temannya, jika kinerja atas jasa yang digunakan tidak akan mengecewakan. 3.Menggunakan jasa kembali, pelanggan yang merasa puas akan produk atau jasa yang digunakan, maka pelanggan tersebut pastinya akan melakukan penggunaan kembali atas produk dan jasa tersebut. Pelanggan sangat ingin membeli kembali dan bahkan menyebarkan berita baik tentang perusahaan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal komperatif dengan analisis data yang bersifat

kuantitatif. Tujuan dari penelitian kausal komperatif ini adalah untuk memperoleh bukti tentang hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, dengan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Adapun untuk populasinya yakni penumpang yang pernah melakukan pembelian tiket online diketahui sebanyak 1500 penumpang pada bulan mei 2023, mengingat dari jumlah populasinya yang sangat banyak peneliti menggunakan rumus slovin sebagai pengambilan sampel dengan tingkat kesalahan 10% diketahui jumlah sampelnya sebanyak 94 responden. dan banyaknya responden dalam penelitian ini dianggap bisa mewakili pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan tiket berbasis online di lintasan kalianget kangean.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni observasi, kuesioner, dan kepustakaan. Sedangkan untuk analisa data Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data kuantitatif yang berfokus pada pengolahan data dalam bentuk angka. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memberikan gambaran tentang kondisi objek yang diteliti berdasarkan perhitungan statistik yang dilakukan

dengan bantuan perangkat lunak seperti SPSS.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 hasil penelitian

1. berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	50	53,2%
2	Perempuan	44	46,8%
Total responden		94	100%

Sumber: Data primer diolah, tahun 2023

Menurut data dalam Tabel 4.1, diketahui bahwa terdapat 50 orang responden yang berjenis kelamin laki-laki, yang merupakan 53,2% dari total jumlah responden. Sementara itu, terdapat 44 orang responden yang berjenis kelamin perempuan, yang menyumbang 46,8% dari total jumlah responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada jumlah responden perempuan.

##### 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah suatu data valid atau tidak dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$ . Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 94 responden dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga derajat kebebasan  $DF=N-2= 94-2= 92$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang didapatkan adalah 0,202. Untuk menyatakan uji validitas sebagai valid, nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh harus

lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ . Berikut adalah tabel hasil uji validitas kualitas pelayanan PT Pelayaran Sakti Inti Makmur cabang Kalianget

Tabel 4.2  
Hasil uji validitas (kualitas pelayanan)

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,596	0,202	Valid
2	0,640	0,202	Valid
3	0,632	0,202	Valid
4	0,648	0,202	Valid
5	0,636	0,202	Valid
6	0,670	0,202	Valid
7	0,618	0,202	Valid
8	0,734	0,202	Valid

Sumber Data Primer SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 masing-masing item pernyataan variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan rhitung yang didapatkan lebih besar dari rtabel (0,202), sehingga dapat di simpulkan bahwa pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4.3

Hasil uji validitas (kepuasan pelanggan)

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,615	0,202	Valid
2	0,786	0,202	Valid
3	0,772	0,202	Valid
4	0,616	0,202	Valid
5	0,754	0,202	Valid
6	0,694	0,202	Valid

Sumber Data Primer SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 masing-masing item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan nilai  $r_{hitung}$  yang didapatkan lebih besar dari pada rtabel

(0,202) jadi dapat dinyatakan secara keseluruhan variabel kepuasan pelanggan valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat reliabel satu instrument penelitian pada setiap variabel dependen maupun independen dengan teknik analisis cronbach alpha > (besar) 0.60. berikut olahan data mengenai uji reabilitas pada variabel penelitian kualitas pelayanan tiket berbasis online dan variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.4  
Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	N of item	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,800	8	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,800	6	Reliabel

Sumber Data Primer SPSS 25, 2023  
Berdasarkan tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada setiap variabel, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dianggap reliabel karena nilai Cronbach alpha untuk setiap item variabelnya > 0,60. Oleh karena itu, variabel ini dapat dianggap sesuai dan dapat dipercaya sebagai alat ukur yang tepat dalam penelitian ini.

### 4. uji t

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t digunakan dengan derajat kebebasan  $n=94$  ( $94-1-$

$1=92$ ), dan diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,665. hasil uji t (persial) terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 11,917, yang ternyata lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}}$  1,665. Dengan demikian, dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  (hipotesis nol) ditolak dan  $H_a$  (hipotesis alternatif) diterima karena nilai  $t_{\text{hitung}}$  yang yang didapat lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}}$ .

### 5. Koefisien Determinasi

Tabel 4.5  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 <sup>a</sup>	,607	,603	1,44588

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan  
Sumber : data primer spss 25, 2023

hasil koefisien determinasi dapat diketahui bahwa koefisien korelasi R sebesar 0,779 artinya variabel independen dengan variabel dependen terdapat pengaruh yang signifikan karena nilai R didapat mendekati angka 1. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar nilai X maka semakin besar juga nilai Y. adapun nilai R<sup>2</sup> dalam uji koefisien determinasi ini sebesar 0,607 yang ber arti 60,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Dan untuk sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.2 pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tiket berbasis online terhadap kepuasan pelanggan peneliti menggunakan empat indikator sebagai tolak ukur dalam pembuatan kuesioner, empat indikator diantaranya, pertama *efisiensi* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses pelayanan *eletronik*, kedua ketersediaan sistem berkaitan dengan teknis situs yang berkeangutan khususnya sejauh mana situs tersebut berfungsi, ketiga pemenuhan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan dan jaminan yang dibutuhkan oleh pelanggan, keempat privasi berkaitan dengan jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga keamanan data pelanggan. Adapun kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan secara online dengan tujuan untuk mempermudah peneliti mendapatkan data.

Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan pengguna jasa transportasi laut kapal ekspres bahari lintas kaliangget-kangean telah diuji menggunakan spss 25 dan hasilnya bahwa penerapan kualitas pelayanan tiket berbasis online berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari hasil tersebut menyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Berikut

pembahasan dari hasil uji menggunakan spss 25. Berdasarkan hasil uji t (persial) terhadap variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $11,917 > t_{tabel}$  1,665. Maka dapat dinyatakan bahwa  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena nilai yang di dapatkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . artinya kualitas pelayanan tiket berbasis online berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa kapal ekspres bahari lintas kaliangget-kangean, sehingga disimpulkan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ewiska Nilasari dan Marwa (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pelni Pelabuhan Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat” dengan hasil penelitian terdapat pengaruh hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan begitupun hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan tiket berbasis online terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini menyiratkan bahwa apabila sebuah perusahaan memberikan pelayanan optimal, pelanggan akan merasa puas dan pelanggan yang merasa puas tersebut cenderung akan

melakukan pembelian lagi terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut serta merekomendasikan jasa yang sama kepada orang lain.

## 5. PENUTUP

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dengan indikator efisiensi, ketersediaan sistem, *fulfilment*, dan *privasi* secara signifikan berpengaruh positif sebesar 60,7% terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

dilihat dari uji t dengan tingkat signifikan 5% dan tabel distribusi t menggunakan derajat kebebasan  $N=94$  ( $94-1-1=92$ ) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,665 sedangkan hasil uji t kualitas pelayanan menunjukkan hasil nilai  $t_{hitung}$  yang didapatkan sebesar 11,917. Yang berarti nilai  $t_{hitung}$  yang didapatkan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ . Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_a$  diterima. artinya Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tiket berbasis online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pada tiket berbasis online, maka tingkat kepuasan yang diterima oleh pelanggan pengguna jasa kapal Express Bahari di lintasan

Kalianget-Kangean juga akan semakin tinggi.

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang diperoleh maka saran yang akan disampaikan yakni kualitas pelayanan yang telah diberikan sebelumnya akan lebih baik jika ditingkatkan kembali seperti meningkatkan peran kontak baik e-mail ataupun telepon sebagai ujung tombak dalam hal menangani keluhan, kritik dan saran dari pelanggan selanjutnya pihak perusahaan membuat keyakinan kepada pelangganya bahwa data pribadi pelanggan tidak akan disalah gunakan dan informasih tersebut bisa di sampaikan melalui website dan media sosial serta informasih tersebut bisa diperkuat melalui undang-undang agar pelanggan semakin puas dan lebih yakin atas jasa pelayaran kapal exspress bahari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. (2016). *Pemasaran Strategi* (Edisi Kedu). Andi Offset.
- Hardiyansya. (2018). *kualitas pelayanan publik* (edisi pert). penerbit gava media.
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2010. Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara
- Ibrahim, Y. A. (2023). *manajemen transportasi* (Edisi Pert). Yayasan Cendikia Maula Mandiri.
- Joetata (1997:2) Dalam Buku Andriansyah (2015:1) Manajemen Transportasi Dalam Kajian Dan Teori
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran (Edisi

13). Erlangga.

Kotler, Philip dan Pfoertsch, Waldemar.  
(2008). B2B Brand Management.  
Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Lopiyoadi. (2014). Manajemen Pemasaran  
Berbasis Kompetensi (Edisi Ke 3  
(Ed.)). Salemba Empat.

Multiple-Item Scale for for Assessing  
Electronic Service Quality”. Journal  
of Service Research,7(3), 213-233

Nel Arianty. (2015). Manajemen  
Pemasaran perdana publishing.  
Medan.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A., &  
Malhorto, A. (2005). “E-S-QUAL:A

Sugiyono. (2017). *metode penelitian:  
kuantitatif,kualitatif dan R&D* (Edisi  
ke 2). Afabeta.

Siti Fatima. (2019). *Pengantar  
Transportasi* (Cetakan Pe). Myria  
Publisher.

Triguno, 1997, *Budaya Kerja,  
Menciptakan Lingkungan Yang  
Kondusif Untuk Meningkatkan  
Produktivitas Kerja*, Jakarta : Golden  
Teravon Press.

Tjiptono, pandi 1996, manajemen jasa,  
Yogyakarta: andi.