

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN  
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



**SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN MENGGUNAKAN KEAGENAN KAPAL  
PT TRANSUTA LINTAS SAMUDERA CABANG  
MERAH**

**Oleh :**

**YULIANI  
NRP. 4 61 18 9737**

**PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV  
JAKARTA  
2022**



**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN  
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



**SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
MENGUNAKAN KEAGENAN KAPAL  
PT TRANSUTA LINTAS SAMUDERA CABANG MERAK**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Untuk Penyelesaian Program Pendidikan Diploma IV**

**Oleh :**

**YULIANI**

**NRP. 4 61 18 9737**

**PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV**

**JAKARTA**

**2022**

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN  
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**

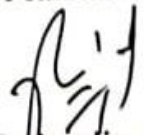


**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**


**Nama** : Yuliani  
**NRP** : 461189737  
**Program Pendidikan** : Diploma IV  
**Program Studi** : KALK  
**Judul** : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan  
Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta  
Lintas Samudera Cabang Merak

Jakarta, Juli 2022

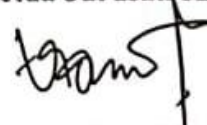
**Pembimbing I**

  
Imam Fachrudin, S.Si., M.M.  
Penata Muda (III/b)  
NIP. 19881 120 201503 1 001

**Pembimbing II**

  
Evi Kusumawati, M.M.Tr.

**Mengetahui  
Ketua Jurusan KALK**

  
Dr. Vidya Selasdini, S.Si.T., M.M.Tr.  
Penata Tk. I (III/d)  
NIP. 19831227 2008 2 002

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN  
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



**TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Yuliani  
NRP : 461189737  
Program Pendidikan : Diploma IV  
Program Studi : KALK  
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan  
Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta  
Lintas Samudera Cabang Merak

**Ketua Penguji**

**Drs. Sugivanto, M.M.**  
Penata Tk. I (III/d)  
NIP. 19620 715 198411 1 001

**Penguji I**

**Drs. Bambang Istidjab, M.M.**

**Penguji II**

**Imam Fachrudin, S.Si., M.M.**  
Penata Muda (III/b)  
NIP. 19881 120 201503 1 001

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan KALK**

**Dr. Vidya Selasdini, S.Si.T., M.M.Tr.**  
Penata Tk. I (III/d)  
NIP. 19831227 2008 2 002

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan inayah-Nya serta atas diiringi doa restu kedua orang tua, keluarga dan teman-teman, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Diploma IV yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta, penulis membuat skripsi dengan judul :

### **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN MENGUNAKAN KEAGENAN KAPAL PT TRANSUTA LINTAS SAMUDERA CABANG MERAK.**

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan, baik dari cara penulisan, penyajian materi, dan dalam penggunaan bahasa, mengingat keterbatasan kemampuan dan keahlian penulis. Akan tetapi dalam penyusunan skripsi ini penulis mencoba menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin berdasarkan pengalaman yang diperoleh penulis selama melaksanakan praktek kerja nyata atau disebut juga praktek darat (Prada) di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak Banten dan dengan dipandu oleh materi-materi yang diperoleh selama melaksanakan Pendidikan serta dari beberapa buku referensi yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih untuk pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Capt. Sudiono., M. Mar selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran.
3. Ibu Dr. Vidya Selasdini., M.M.Tr, selaku Ketua Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan dan juga selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sari Kusumaningrum, S.S., M.HUM., selaku Sekretaris Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan.

5. Bapak Imam Fachrudin, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing 1 (satu) Penulisan dan Materi yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Evi Kusumawati, M.MTr selaku Dosen Pembimbing 2 (dua) Penulisan dan Materi yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada Bapak Triyana dan Ibu Dwi Wahyuni selaku orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan serta memotivasi penulis.
8. Kepada seluruh civitas akademik, staff dan dosen pengajar jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran.
9. Kepada seluruh karyawan PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak yang sudah membantu penulis selama melaksanakan praktek darat.
10. Kepada teman-teman Dormitory N-102 (Fancy, Desy, Kenie, Widha, Andita, Fedora, Ica, Niken, Silvy, Ayu, Kuni, Frida) yang telah memberikan dukungan, do'a serta motivasi.
11. Kepada seluruh teman-teman dari kelas KALK 8 (delapan) Foxtrot telah memberikan dukungan, do'a serta motivasi.
12. Kepada Moch. Hussain Abdillah yang telah menemani dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan tanggapan dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat menambah wawasan dan ilmu yang berguna bagi penulis dan juga para pembaca di masa yang akan datang.

Jakarta, 20 Juli 2022

YULIANI

NRP. 461189737

# DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA TANGAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH .....	3
C. BATASAN MASALAH.....	4
D. RUMUSAN MASALAH .....	4
E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	4
F. SISTEMATIKA PENULISAN .....	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 7
A. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
B. KERANGKA PEMIKIRAN.....	17
C. HIPOTESIS .....	19
 BAB III METODE PENELITIAN .....	 21
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN.....	21
B. METODE PENDEKATAN .....	22
C. SUMBER DATA.....	22
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	22
E. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING.....	26
F. TEKNIK ANALISIS DATA .....	27



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
A. DESKRIPSI DATA .....	33
B. ANALISIS DATA .....	43
C. PEMECAHAN MASALAH.....	76
 BAB V PENUTUP .....	 80
A. KESIMPULAN.....	80
B. SARAN.....	81
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Indikator dan Variabel Penelitian .....	24
Tabel 3.2 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert .....	25
Tabel 3.3 Tabel Interval Rata-rata Jawaban Responden.....	26
Tabel 3.4 Hubungan Interval Koefisien Korelasi .....	29
Tabel 4.1 Kedudukan dan tingkat Pendidikan SDM .....	36
Tabel 4.2 Data Sarana dan Prasarana .....	37
Tabel 4.3 Data Pelanggan Tetap .....	38
Tabel 4.4 Data Pelanggan tahun 2019-2021 .....	38
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Jabatan .....	42
Tabel 4.8 Indikator kuesioner No. 1 .....	43
Tabel 4.9 Indikator kuesioner No. 2 .....	44
Tabel 4.10 Indikator kuesioner No. 3 .....	45
Tabel 4.11 Indikator kuesioner No. 4 .....	47
Tabel 4.12 Indikator kuesioner No. 5 .....	48
Tabel 4.13 Indikator kuesioner No. 6 .....	49
Tabel 4.14 Indikator kuesioner No. 7 .....	50
Tabel 4.15 Indikator kuesioner No. 8 .....	51
Tabel 4.16 Indikator kuesioner No. 9 .....	52
Tabel 4.17 Indikator kuesioner No. 10 .....	53
Tabel 4.18 Indikator kuesioner No. 11 .....	54
Tabel 4.19 Indikator kuesioner No. 12 .....	55
Tabel 4.20 Indikator kuesioner No. 13 .....	56
Tabel 4.21 Indikator kuesioner No. 14 .....	57
Tabel 4.22 Validitas Pernyataan Kuesioner .....	58
Tabel 4.23 Reabilitas Variabel Bebas dan Variabel Terikat.....	59
Tabel 4.24 Koefisien Korelasi Variabel $X_1$ terhadap Variabel Y .....	60
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi Variabel $X_2$ terhadap Variabel Y .....	61
Tabel 4.26 Koefisien Korelasi Variabel $X_3$ terhadap Variabel Y .....	61
Tabel 4.27 Koefisien Korelasi Variabel $X_4$ terhadap Variabel Y .....	62

Tabel 4.28 Koefisien Korelasi Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , dan $X_4$ terhadap Variabel Y .....	62
Tabel 4.29 Regresi Sederhana $X_1$ terhadap Y .....	63
Tabel 4.30 Regresi Sederhana $X_2$ terhadap Y .....	64
Tabel 4.31 Regresi Sederhana $X_3$ terhadap Y .....	64
Tabel 4.32 Regresi Sederhana $X_4$ terhadap Y .....	65
Tabel 4.33 Regresi Sederhana Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , dan $X_4$ terhadap Variabel Y .....	66
Tabel 4.34 Tabel <i>R Square</i> Variabel $X_1$ .....	67
Tabel 4.35 Tabel <i>R Square</i> Variabel $X_2$ .....	68
Tabel 4.36 Tabel <i>R Square</i> Variabel $X_3$ .....	68
Tabel 4.37 Tabel <i>R Square</i> Variabel $X_4$ .....	69
Tabel 4.38 Tabel <i>R Square</i> Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , dan $X_4$ .....	70
Tabel 4.39 Uji f hitung $X_1$ terhadap Y .....	73
Tabel 4.40 Uji f hitung $X_2$ terhadap Y .....	74
Tabel 4.41 Uji f hitung $X_3$ terhadap Y .....	74
Tabel 4.42 Uji f hitung $X_4$ terhadap Y .....	75
Tabel 4.43 Uji f hitung $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ terhadap Y .....	75

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kapal per Tahun .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	18
Gambar 2.2 Pengaruh Bauran Pemasaran (4P).....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	34
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitan Jawaban Responden

Lampiran 3 Tabel R, tabel T dan tabel F

Lampiran 4 Perhitungan Frekuensi Variabel Kuesioner (SPSS.25)

Lampiran 5 Perhitungan Korelasi Variabel Kuesioner(SPSS.25)

Lampiran 6 Perhitungan Reliabilitas Variabel Kuesioner(SPSS.25)

Lampiran 7 Perhitungan Regresi Variabel Kuesioner(SPSS.25)

Lampiran 8 Perhitungan Hipotesis Variabel Kuesioner(SPSS.25)

Lampiran 9 Dokumentasi Saat Melaksanakan Praktik Darat



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

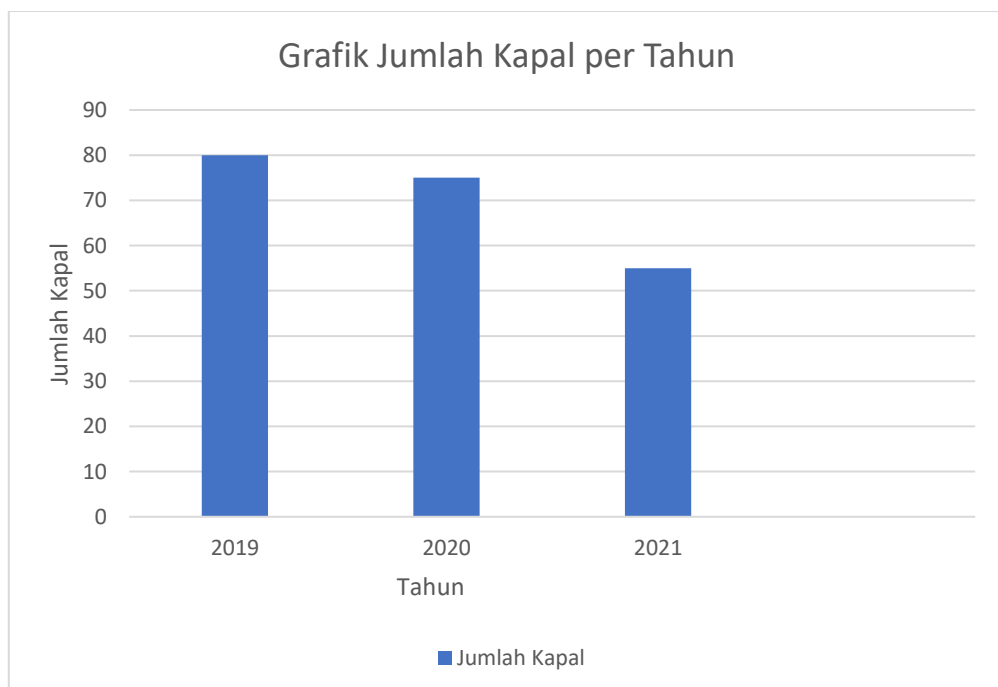
### **A. LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Terbentang dari Sabang sampai Merauke, berdasarkan data Kementrian Kelautan dan Perikanan 2020 Indonesia memiliki 17.499 pulau dengan luas total wilayah Indonesia sekitar 7,81 juta km<sup>2</sup>. Dari total luas wilayah tersebut 5,8 juta km<sup>2</sup> adalah perairan dan 2,01 juta km<sup>2</sup> adalah daratan. Dengan luasnya wilayah perairan yang ada, Indonesia memiliki potensi yang besar dalam kehidupan maritim. Kehidupan maritim sangat berhubungan dengan kegiatan transportasi laut. Transportasi laut adalah usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut suatu objek dari suatu tempat ke tempat yang lain melalui jalur laut dengan menggunakan moda transportasi laut berupa kapal.

Transportasi laut menjadi kegiatan pelayaran yang menunjang perekonomian dunia dimana pengangkutan barang merupakan bagian terpenting dalam bisnis pelayaran. Sarana angkutan laut memberikan pelayanan yang efektif dengan kapasitas muatannya yang lebih besar dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan angkutan darat. Peran perusahaan pelayaran menjadi sangat penting karena selain dapat melancarkan pengangkutan barang dalam kegiatan perekonomian, perusahaan pelayaran juga dapat menjadi alat transportasi manusia, hewan, dan tumbuhan. Hal ini menyebabkan permintaan akan jasa pelayaran dalam kegiatan pengangkutan menjadi meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat. Dengan demikian perkembangan bisnis pelayaran semakin meningkat dan tentunya persaingan bisnis juga semakin meningkat disertai dengan persaingan dalam memberikan pelayanan jasa yang diberikan kepada kapal guna menarik pelanggan.

Salah satu bentuk bisnis pelayaran sendiri adalah perusahaan di bidang jasa keagenan. Kegiatan perusahaan keagenan adalah perusahaan yang ditunjuk oleh pemilik kapal untuk menangani dokumen kedatangan dan keberangkatan kapal serta memenuhi segala kebutuhan kapal dan *crew* kapal selama di pelabuhan singgah. Jasa keagenan sangat dibutuhkan oleh pemilik kapal untuk mewakilkan sebagai penanggungjawab atas kegiatan kapal tersebut selama singgah di pelabuhan setempat.

PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak merupakan perusahaan pelayaran yang memberikan pelayanan jasa keagenan kapal. Dan telah mendapatkan izin dari Dirjen Perhubungan Laut nomor B.X-52/AL.001 pada 4 Februari 2013. Melihat semakin ketatnya persaingan antar perusahaan keagenan kapal maka dibutuhkan penambahan kualitas pelayanan jasa dan menerapkan bauran pemasaran yang baik sehingga diharapkan dapat mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. Belakangan ini terjadi penurunan jumlah kapal yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak yang sangat besar.



*Sumber : Laporan bulanan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak, 2021*

**Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kapal per Tahun PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak**



Dari gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa tidak konsistennya jumlah kapal yang diageni dan bahkan terjadi penurunan yang sangat besar. Pada tahun 2019 jumlah kapal sebanyak 80 kapal yang diageni dalam satu tahun kemudian ditahun 2020 sebanyak 75 kapal dan kembali terjadi penurunan di tahun 2021 yakni sebanyak 55 kapal yang diageni dalam satu tahunnya. Terlihat sangat besar penurunan yang terjadi pada jumlah kapal yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Hal ini terjadi dikarenakan kurang maksimalnya bauran pemasaran perusahaan dalam mempertahankan konsistensinya dalam menambah kapal yang diageni. Melihat telah banyak perusahaan pesaing yang juga memberikan pelayanan jasa keagenan kapal dengan baik. Maka PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak harus memperhatikan bauran pemasaran yang tepat untuk menarik banyak pelanggan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti dan mencari pemecahan masalahnya sehingga dapat mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. Sehingga penulis mengangkat penelitian dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
MENGUNAKAN KEAGENAN KAPAL PT TRANSUTA LINTAS  
SAMUDERA CABANG MERAK.**

**B. IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya bauran pemasaran di perusahaan dalam mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni.
2. Banyak bermunculan perusahaan pesaing di bidang jasa keagenan kapal.
3. Pelayanan dokumen *clearance* kapal membutuhkan waktu yang lama.
4. Terjadi penurunan jumlah kapal yang diageni perusahaan.

### **C. BATASAN MASALAH**

Dalam penelitian ini ada beberapa masalah yang teridentifikasi, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya bauran pemasaran perusahaan dalam mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni.
2. Terjadi penurunan jumlah kapal yang diageni perusahaan.

### **D. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan bauran pemasaran perusahaan dalam pelayanan kapal terhadap jumlah kapal yang diageni ?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran perusahaan terhadap konsistensi jumlah kapal yang diageni ?

### **E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan bauran pemasaran PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak dalam pelayanan kapal terhadap jumlah kapal yang diageni.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran untuk mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Aspek Teoritis (keilmuan)
    - 1) Untuk menambah ilmu pengetahuan penulis dan pembaca dalam mengetahui tentang bauran pemasaran perusahaan khususnya perusahaan keagenan kapal.
    - 2) Untuk memberikan penjelasan tentang tujuan dan manfaat dalam mempertahankan konsistensi jumlah kapal yang diageni oleh perusahaan.

- 3) Untuk melengkapi sumber penelitian untuk dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.
- b. Secara Praktis (guna laksana)
- 1) Untuk menambah pengetahuan bagi setiap pembaca khususnya untuk pemimpin dan karyawan dari PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak agar memperhatikan bauran pemasaran yang diterapkan agar dapat menjaga konsistensi jumlah kapal yang diageni. Dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan yang dapat berguna bagi kelangsungan perusahaan.
  - 2) Untuk menambah bahan ilmu pengetahuan tentang kegiatan keagenan kapal.
  - 3) Untuk memenuhi syarat kelulusan dalam program Pendidikan Diploma IV di Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.

## **F. SITEMATIKA PENULISAN**

Untuk mempermudah pemahaman isi dari pembahasan materi yang akan dibahas, maka penulis mencoba membuat sistematika penulisan yang akan disajikan yaitu dalam bab yang satu dengan bab yang lainnya saling terkait atau saling berhubungan. Sesuai dengan isi materi pokok pembahasan yang akan dibahas. Adapun tindakan dari setiap bab adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini penulis menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini penulis mengemukakan mengenai tinjauan pustaka yang memuat uraian tentang ilmu pengetahuan yang terdapat dalam kepustakaan, pengertian dari hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan dan kerangka pemikiran yang menjelaskan secara teoritis mengenai pertautan antara variable yang diteliti serta

hipotesis dalam mengemukakan jawaban sementara atau kesimpulan sementara yang diperoleh penulis dari pokok permasalahan yang diteliti.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis memaparkan metode penelitian dengan menguraikan cara pengumpulan data dari objek yang diteliti. Objek tersebut meliputi : waktu dan tempat penelitian, lama waktu penelitian dilakukan, metode pendekatan dan teknik pengumpulan data serta informasi tentang subjek yang menjadi fokus dalam penelitian.

### BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis mendeskripsikan data yaitu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dipilih oleh penulis, menganalisa data yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan dilakukan pembahasan lebih lanjut sehingga dapat ditemukan penyebab munculnya permasalahan. Selain itu penulis juga mengemukakan cara alternatif pemecahan masalah serta melakukan evaluasi terhadap pemecahan masalah tersebut dan mendapatkan hasil yang optimal.

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil analisis data yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dan penulis juga memberikan saran yang merupakan pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil pembahasan yang berhubungan dengan masalah penelitian yang dimaksudkan untuk perbaikan yang akan dicapai.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, penulis menyampaikan beberapa pengertian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas oleh penulis yang dikutip dari buku dan sumber lain yang sudah dibahas oleh para ahli sebelumnya. Sehingga penulis dapat memaparkan pendapat-pendapat tersebut sebagai berikut :

##### **1. Pengertian Pengaruh**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015), Pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang, barang) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.

Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. (Suharno & Retnoningsih, 2006)

##### **2. Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix*)**

Di dalam strategi pemasaran terdapat salah satu strategi yang disebut Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix*. Bauran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. (Kotler & Armstrong, 2004)

Bauran Pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut 4 P yaitu, *product*, *place*, *promotion* dan *price*. (Alma, 2011). Berikut pengertiannya :

###### **a. *Product*/Produk**

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Semua kegiatan lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Segala

usaha promosi, distribusi dan harga yang baik apabila tidak diikuti dengan produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan *Marketing Mix* ini belum dikatakan berhasil. Sehingga perusahaan harus memerhatikan bauran produk mereka. Selain itu perusahaan juga harus mengetahui cara memposisikan produk, cara menggunakan merek dari produk, cara menggunakan sumber daya perusahaan, dan cara mengatur bauran produk agar saling melengkapi.

Produk dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok utama, yaitu barang dan jasa. (Tjiptono, 2008)

Berikut pengelompokan produk sebagai berikut :

#### 1) Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, disimpan, dipindahkan, dan diperlakukan secara fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu :

##### a) Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Goods*)

Barang Tidak Tahan Lama adalah barang yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

##### b) Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang Tahan Lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal satu tahun atau lebih). Contohnya televisi, lemari es, mobil, komputer dan sebagainya. Umumnya jenis barang ini membutuhkan *personal selling* dan pelayanan yang lebih banyak daripada Barang Tidak Tahan Lama, memberikan keuntungan yang lebih besar, dan membutuhkan jaminan/garansi tertentu dari penjualnya.

#### 2) Jasa (*Services*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, kursus, lembaga pendidikan dan jasa transportasi.

Terdapat Atribut Produk yang merupakan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk tersebut meliputi :

- a) Merek, merek adalah nama, simbol atau lambang, istilah, desain yang diharapkan dapat memberikan identitas dan pembeda terhadap produk pesaing.
- b) Kemasan, kemasan adalah proses yang berkaitan dengan perancangan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk.
- c) Labelling, labelling adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label juga merupakan bagian dari kemasan, dan kemasan merupakan bagian dari etika produk.
- d) Layanan pelengkap.
- e) Jaminan, jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen.

b. *Place / Tempat*

Tempat merupakan hal penting dalam memasarkan produknya karena hal itu berhubungan dengan konsumen. Penentuan tempat yang mudah dijangkau dan dilihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Penempatan suatu produk atau jasa akan mempengaruhi tingkat harga atau semakin *representative* suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.

c. *Promotion / Promosi*

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. (Tjiptono, 2008)

Ada 3 (tiga) tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) Menginformasikan (*informing*) dapat berupa :

- a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
- b) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk .
- c) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.

- d) Menjelaskan cara kerja suatu produk.
  - e) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
  - f) Meluruskan kesan yang keliru.
  - g) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli.
  - h) Membangun citra perusahaan.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk :
- a) Membentuk pilihan merek.
  - b) Mengalihkan pilihan merek ke merek tertentu.
  - c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
  - d) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
  - e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*)
- 3) Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas :
- a) Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
  - b) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
  - c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
  - d) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Yang termasuk dalam Bauran Promosi adalah :

- a) Periklanan, bentuk presentasi *nonpersonal* dan promosi barang, jasa dan gagasan yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b) Penjualan perorangan, presentasi perorangan oleh wiraniaga (orang di bagian sales dan marketing) perusahaan untuk menjual dan hubungan dengan pelanggan.
- c) Promosi penjual, perangsang jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan atau jasa.
- d) Hubungan masyarakat, membangun hubungan baik dengan khalayak untuk mendapatkan publikasi untuk membuat citra perusahaan yang baik. (Nembah, 2015)



d. *Price/Harga*

Kebijakan harga yang tepat ikut andil dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk. Dalam menentukan harga yang tepat bergantung kepada berbagai faktor misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang disetujui dan sebagainya. Kaum produsen dapat menetapkan harga dalam dua bentuk :

1) Harga setinggi mungkin (*Skimming Price*)

Harga tinggi ini dapat dilakukan karena belum ada saingan. Produk ini dipasarkan untuk orang kaya. Juga produsen mengharapkan laba yang besar untuk menutup biaya-biaya laboratorium untuk menciptakan barang baru tersebut.

2) Produsen juga bisa menetapkan harga serendah mungkin yang disebut dengan *Penetration Price*. Tujuan penetapan harga rendah ini ialah untuk meneroboskan produk masuk pasar.

Tujuan penetapan harga adalah :

- a) Untuk mendapatkan atau menghasilkan laba yang paling tinggi.
- b) Agar dapat meningkatkan dan mencapai target volume penjualan dan pangsa pasar.
- c) Untuk mempertahankan citra suatu perusahaan atau untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan sehingga perusahaan bertahan hidup.
- d) Tujuan stabilitas harga dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

### 3. Keagenan

a. Pengertian Keagenan

Agen (*agency*) adalah hubungan antara dua pihak (utamanya) yang dituangkan dalam bentuk perjanjian atau bentuk yang lain, yang mana salah satu pihak (agen) diberikan kewenangan untuk melakukan tindakan untuk atas nama orang lain (*principal*) dan tindakan agen tersebut akan

mengikat *principal*, baik itu disebabkan karena dituangkan dalam perjanjian atau disebabkan karena tindakan. (Santoso, 2015)

Menurut UU No.17 tahun 2008 tentang Pelayaran, Agen Umum adalah perusahaan angkutan laut nasional atau perusahaan nasional yang khusus didirikan untuk melakukan usaha keagenan kapal, yang ditunjuk oleh perusahaan angkutan laut asing untuk mengurus kepentingan kapalnya selama di Indonesia.

Keagenan Umum (*general agent*) adalah perusahaan pelayaran yang ditunjuk oleh perusahaan lain di Indonesia atau perusahaan asing di luar negeri (*principal*) untuk mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan kapalnya. Jadi, perusahaan dapat menunjuk agen dalam hal pelayanan terhadap kapalnya, tetapi juga dapat ditunjuk sebagai agen dalam hal pelayanan terhadap kapal milik perusahaan lain. (Kosasih, 2007)

b. Fungsi Keagenan

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya, keagenan mempunyai beberapa fungsi. (Kosasih, 2007)

Berikut fungsi-fungsi tersebut :

- 1) Memonitor pelaksanaan penanganan atau pelayanan keagenan yang bersifat kegiatan fisik muatan maupun kegiatan jadwal kedatangan dan keberangkatan kapal.
- 2) Mengadministrasikan kegiatan keagenan, baik yang berkaitan dengan kegiatan fisik operasional maupun yang menyangkut keagenan.
- 3) Memberikan data dan evaluasi terhadap perkembangan kegiatan keagenan sebagai masukan dalam menentukan kebijakan sebagaimana mestinya.
- 4) Mengupayakan kegiatan keagenan sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal.
- 5) Menyusun program operasional keagenan berdasarkan kebijakan perusahaan, baik *liner services* (pelayaran tetap) ataupun *tramp services* (pelayaran tidak terikat).

c. Jenis-Jenis Keagenan

Jenis-jenis keagenan antara lain :

1) Agen umum

Agen Umum adalah perusahaan pelayaran nasional yang ditunjuk oleh perusahaan pelayaran asing tersebut selama berlayar dan singgah di pelabuhan Indonesia. Adapun persyaratan sebagai agen umum :

- a) Perusahaan pelayaran Indonesia yang memiliki kapal berbendera Indonesia berukuran minimal 5000 GT (*Gross Tonnage*).
- b) Memiliki Bukti Perjanjian Keagenan Umum (*Agency Agreement*) atau Surat Keagenan Umum (*Letter of Appointment*).

Salah satu tugas Agen umum adalah menunjuk Sub agen yang berada di luar wilayah agen umum dengan mengeluarkan surat PKK (Penunjukan Keagenan Kapal).

2) Sub agen

Sub agen adalah perusahaan pelayaran yang ditunjuk oleh agen umum untuk melayani kebutuhan kapal di Pelabuhan tertentu. Adapun tugas Sub agen :

- a) Pelayanan Kapal (*Ships Husbanding*).

Contoh dari pelayanan kapal adalah pelayanan ABK (Anak Buah Kapal), perbaikan atau pemeliharaan kapal, penyediaan onderdil atau suku cadang kapal dan sebagainya.

- b) Operasi Keagenan (*Cargo Operation*).

Contoh dari operasi keagenan adalah pengurusan bongkar dan muat, stowage, lashing dan dokumen muatan.

3) Cabang Agen

Cabang Agen adalah cabang dari Agen Umum (*General Agent*) di Pelabuhan tertentu untuk melayani segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh kapal tersebut.

d. Tugas Pokok Keagenan

Terdapat lima tugas pokok keagenan kapal. (Suwarno, 2011), yakni sebagai berikut :

- 1) Pelayanan Operasional Kapal-kapal *Principal* :
  - a) *Port Information (port facility, port formality)*
  - b) Keperluan kapal, seperti bunker air, *provision, repair, maintenance, crewing*, surat-surat dan sertifikat kapal.
  - c) Penyelesaian dokumen, *Bill Of Loading, Manifest, Hatch List, Stowage Plan, Crew List*, Dokumen Clearance, Imigrasi, Bea Cukai, Kesehatan Pelabuhan, *Port Administration*
  - d) Permintaan *Advance Payment* untuk *Port Expenses, Cargo Expenses*, keperluan kapal
  - e) Memberikan informasi kepada *principal*, mengenai segala hal yang berkaitan dengan proses *clearance in*, maupun *clearance out*.
- 2) Memonitor Perkembangan Muatan.

Dalam hal ini agen melakukan hal-hal antara lain :

  - a) Menjamin hubungan baik dengan para *shipper* dan memberi pelayanan informasi kepada *consignee*.
  - b) Menandatangani B/L atas nama *principal*.
  - c) Bila *consignee* belum memenuhi kewajiban, penyerahan barang hanya seizin *principal*.
- 3) Penanganan terhadap kapal dan muatannya.
- 4) Penyelesaian masalah *claim*.

Penyelesaian masalah *claim* sesuai dengan manual atas barang kurang atau muatan rusak, lalu meneruskannya kepada *principal* sepanjang memenuhi persyaratan dan membayar *claim* tersebut setelah mendapat persetujuan dari *principal*.
- 5) Pelayanan *claim* yang menyangkut keputusan *owner representative*.

#### 4. Kapal

Menurut UU No.17 tahun 2008 tentang Pelayaran, Kapal adalah kendaraan air dengan bentuk dan jenis tertentu, yang digerakan dengan tenaga angin, tenaga mekanik, energi lain, ditarik atau ditunda, termasuk kendaraan yang berdaya dukung dinamis, kendaraan dibawah permukaan air, serta alat apung dan bangunan terapung yang tidak berpindah-pindah.

Kapal yang digunakan baik untuk keperluan transportasi antar pulau maupun untuk keperluan pemanfaatan hasil laut, harus memenuhi persyaratan kelaiklautan kapal, sehingga menjamin keselamatan kapal selama pelayarannya di laut. Jenis-jenis kapal sesuai dengan yang disebutkan dalam SOLAS 1960 dan dalam peraturan Ordonansi Kapal-kapal 1935 sebagai berikut :

- a. Kapal Motor, adalah kapal yang dilengkapi dengan motor sebagai penggerak utama. Kapal ini biasanya disebut Kapal Motor (KM).
- b. Kapal Uap adalah kapal yang dilengkapi dengan mesin uap sebagai alat penggerak utamanya. Kapal ini biasanya disebut sebagai Kapal Api (KA).
- c. Kapal Nelayan adalah kapal yang dilengkapi dengan layar-layar sebagai penggerak utamanya.
- d. Kapal Nelayan laut adalah kapal yang hanya digunakan untuk menangkap ikan di laut, ikan paus, anjing laut, beruang laut atau sumber-sumber hayati laut lainnya, kecuali jika kapal tersebut berukuran 100 meter kubik isi kotor atau lebih dan dilengkapi dengan mesin penggerak.
- e. Kapal Penangkap Ikan adalah kapal yang digunakan untuk menangkap ikan, ikan paus, anjing laut, singa laut atau sumber hayati lain di laut.
- f. Kapal Tongkang adalah kapal yang tidak mempunyai alat penggerak sendiri, sehingga harus ditarik atau ditunda oleh kapal lain.
- g. Kapal Tunda adalah kapal yang khusus digunakan untuk menunda atau menarik kapal lain (Kapal Tongkang).
- h. Kapal Penumpang adalah kapal yang dapat mengangkut lebih dari 12 orang.
- i. Kapal Barang adalah kapal yang bukan Kapal Penumpang digunakan terutama untuk mengangkut barang.

- j. Kapal Tangki adalah kapal barang yang khusus dibangun untuk mengangkut muatan cair secara curah, yang mempunyai sifat mudah menyala.
- k. Kapal Nuklir adalah kapal yang dilengkapi dengan instalasi reaktor nuklir.
- l. Kapal Pedalaman/Perairan Darat adalah kapal yang digunakan untuk melayari sungai, terusan, danau dan perairan darat lainnya.
- m. Kapal Perang adalah kapal yang hanya digunakan perang, termasuk kapal-kapal yang digunakan untuk mengangkut tentara atau perlengkapan perang.
- n. Kapal Layar dengan tenaga bantu adalah kapal layar yang dilengkapi dengan motor bantu yang dalam keadaan tertentu saja digunakan sebagai pengganti layar, dan bukan kapal yang ditunda atau tongkang.

Berikut ini kapal berdasarkan kegunaannya yaitu kapal barang atau kapal konvensional. (Suwarno, 2011)

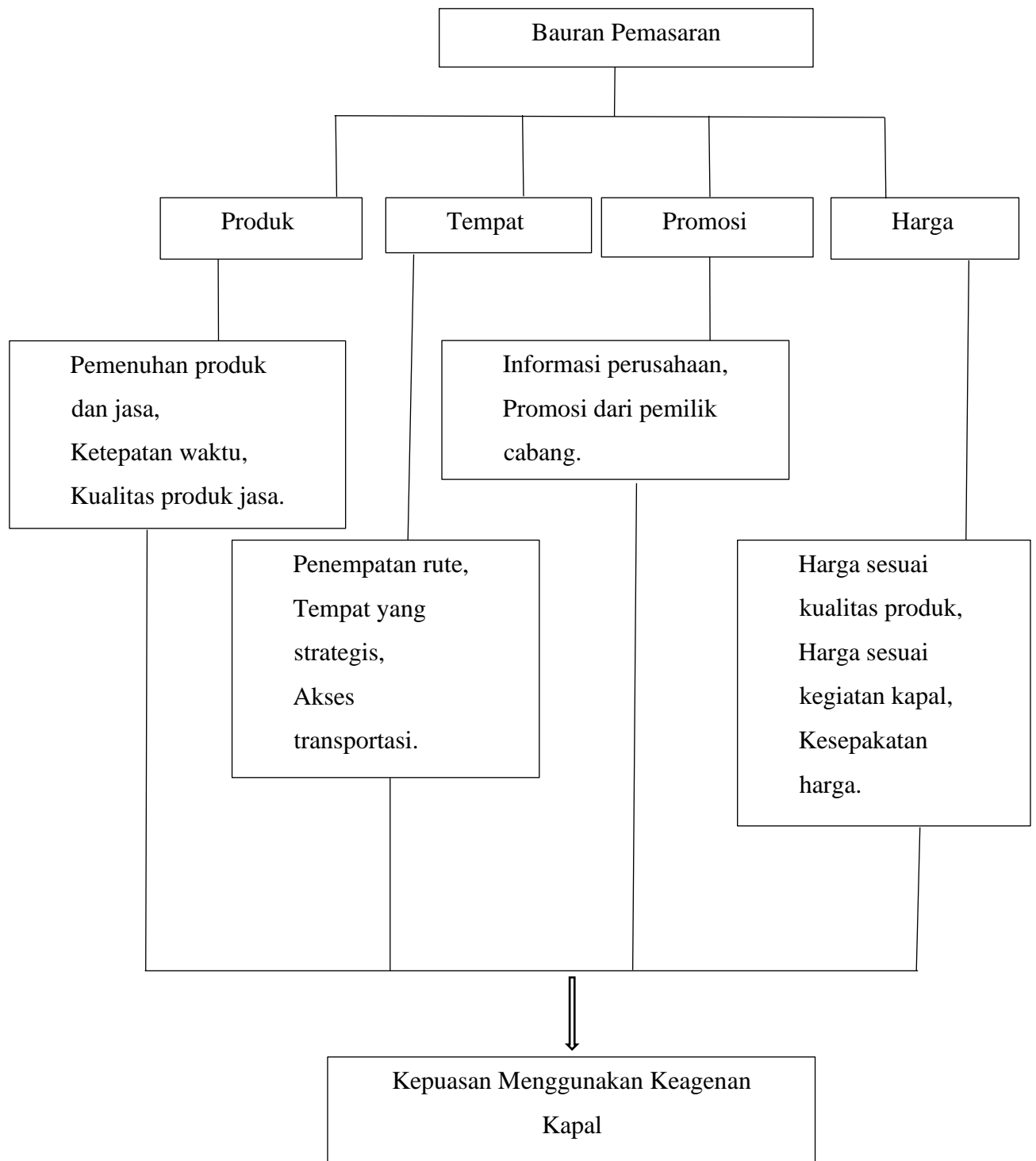
Berdasarkan jenis muatannya, kapal barang dapat dibedakan menjadi tujuh jenis yaitu :

- a. *General Cargo Carrier* adalah jenis kapal yang mengangkut muatan umum (*general cargo*), yang terdiri dari bermacam-macam barang dalam bentuk potongan maupun dibungkus, dalam peti, keranjang dan lain-lain.
- b. *Bulk Cargo Carrier* adalah jenis kapal laut yang mengangkut muatan curah dengan jumlah banyak dalam sekali jalan.
- c. Kapal Tanker adalah kapal laut jenis ini untuk mengangkut muatan cair.
- d. *Combination Carrier* adalah kombinasi Kapal Tanker dan *Dry Bulk*, dengan tujuan bila *return cargo* tidak ada maka bisa dimuati *Dry Bulk* *cargoes*.
- e. *Off Shore Supply Ship* adalah kapal laut jenis ini untuk mengangkat bahan/peralatan, makanan, dan lain-lain untuk anjungan.
- f. *Special Designe Ship* adalah kapal laut yang khusus dibangun untuk muatan tertentu, seperti daging, LNG, misalnya *refrigerated cargo carrier*, *liqueid gas carrier*, dan sebagainya.
- g. *Container Vessel* atau Kapal Peti Kemas adalah kapal laut untuk mengangkut muatan general cargo yang dimasukkan ke dalam *container* atau muatan yang perlu dibekukan dalam *reefer container*.

## **B. KERANGKA PEMIKIRAN**

Kerangka pemikiran adalah suatu konsepsi dari penelitian yang menyajikan hubungan antara variabel yang akan terjadi dan diperoleh dari penjabaran tujuan Pustaka. Penulis membuat kerangka pemikiran untuk dapat membahas skripsi mengenai Strategi Pemasaran PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak dalam Mempertahankan Konsistensi Jumlah Kapal yang Diageni.

PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak adalah suatu perusahaan yang berdiri untuk memberikan pelayanan jasa kepada pengguna jasa. Oleh karenanya perusahaan menerapkan strategi pemasarannya yang terdiri dari pemasaran produk, harga, tempat, dan periklanan, dengan catatan strategi yang dijalankan tersebut dilaksanakan secara optimal. Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran yang digunakan sebagai berikut :

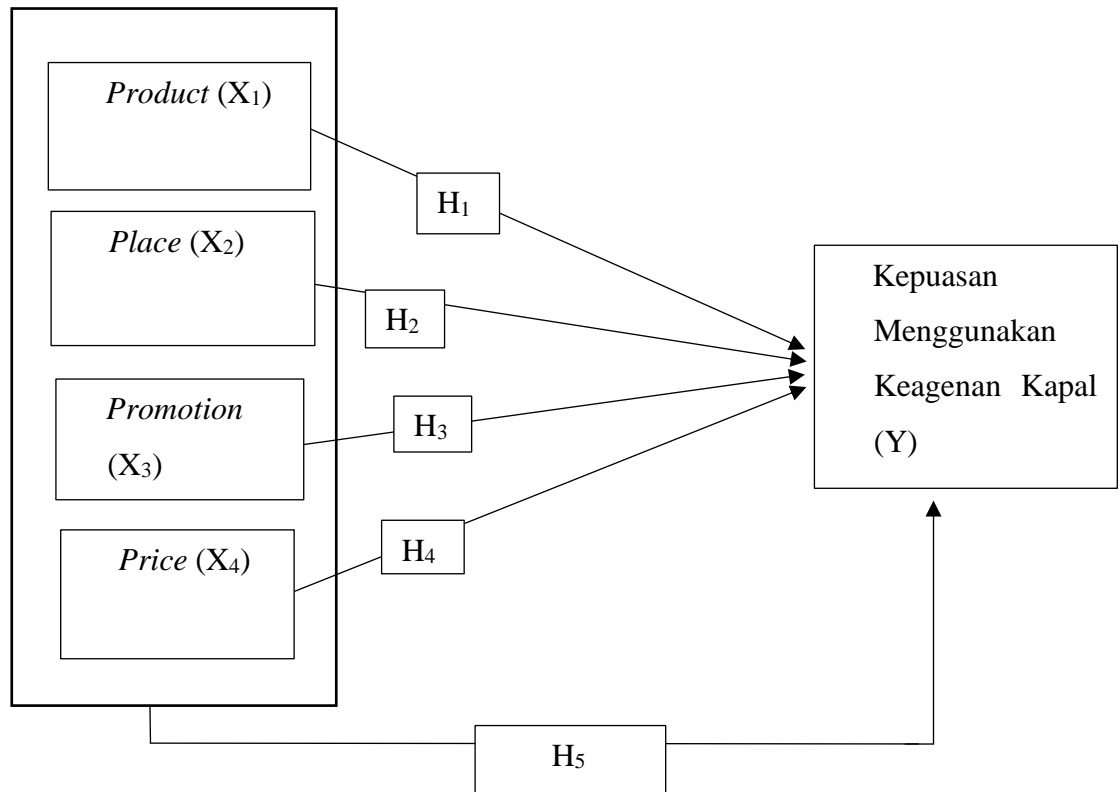


**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**



### C. HIPOTESIS

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah dalam penelitian atau kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari telaah Pustaka. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis membuat hipotesis untuk topik yang disajikan berupa hipotesis kuantitatif. Dalam penelitian ini hipotesis penelitiannya sebagai berikut :



**Gambar 2.2 Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) terhadap  
Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal**

Hipotesis terbagi menjadi lima sebagai berikut :

1.  $H_1$  : Pengaruh *Product* terhadap Keputusan Menggunakan Keagenan Kapal ( $X_1 \rightarrow Y$ )  
Ha (diterima) = Terdapat pengaruh antara *product* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.  
Ho (ditolak) : Tidak terdapat pengaruh antara *product* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.
2.  $H_2$  : Pengaruh *Place* terhadap Keputusan Menggunakan Keagenan Kapal ( $X_2 \rightarrow Y$ )

Ha (diterima) = Terdapat pengaruh antara *place* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Ho (ditolak) : Tidak terdapat pengaruh antara *place* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

3. H<sub>3</sub> : Pengaruh *Promotion* terhadap Keputusan Menggunakan Keagenan Kapal ( $X_3 \rightarrow Y$ )

Ha (diterima) = Terdapat pengaruh antara *promotion* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Ho (ditolak) : Tidak terdapat pengaruh antara *promotion* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

4. H<sub>4</sub> : Pengaruh *Price* terhadap Keputusan Menggunakan Keagenan Kapal ( $X_4 \rightarrow Y$ )

Ha (diterima) = Terdapat pengaruh antara *price* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Ho (ditolak) : Tidak terdapat pengaruh antara *price* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

5. H<sub>5</sub> : Pengaruh *Product*, *Place*, *Promotion*, dan *Price* terhadap Keputusan Menggunakan Keagenan Kapal ( $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4 \rightarrow Y$ )

Ha (diterima) : Terdapat pengaruh antara *product*, *place*, *promotion*, *price* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Ho (ditolak) : Tidak terdapat pengaruh antara *product*, *place*, *promotion*, *price* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN**

##### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan pada saat penulis melakukan praktik darat di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sebagai perusahaan pelayaran yang ditunjuk untuk persyaratan pemenuhan program Diploma IV Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran yang ditempuh penulis terhitung dari tanggal 05 Agustus 2020 sampai dengan tanggal 30 Juli 2021.

##### **2. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian yang diambil oleh penulis adalah PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak yang merupakan perusahaan pelayaran dibidang jasa keagenan kapal. Berikut data-data perusahaan :

Nama Perusahaan : PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak

Alamat : Perum Metro Cilegon cluster Royal Garden Blok Q.13  
No.11 Masigit Purwakarta Cilegon Banten 42433.

Telepon : +62 254 8484406

Fax : +62 254 8484406

Email : tlsmerak@gmail.com

## **B. METODE PENDEKATAN**

Metode pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. (Sugiyono, 2015)

## **C. SUMBER DATA**

Berdasarkan penelitian yang diolah sumber data dalam penelitian ini terdiri dari :

### **1. Data primer**

Data primer dari penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket yang disebarkan kepada sampel penelitian. (terlampir)

### **2. Data sekunder**

Data sekunder dari penelitian ini berupa jumlah kapal dari laporan bulanan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. (terlampir)

## **D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Untuk mendapatkan data dalam membahas dan meneliti suatu masalah dalam skripsi ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

### **1. Observasi**

Observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra, yang meliputi indra penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Dan yang dilakukan ini disebut pengamatan langsung. (Arikunto, 2010)

Penulis menggunakan metode penelitian dengan alat panca indra sebagai media untuk mendapatkan data yang diperlukan secara langsung di lapangan. Penulis melakukan observasi langsung di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak pada saat Praktik Darat guna mengamati situasi dan kondisi yang sebenarnya.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. (Arikunto, 2010)

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dokumen yang berkaitan dengan masalah yang terdapat pada perusahaan keagenan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. Dokumen yang diamati antara lain dokumen kedatangan dan keberangkatan kapal yang terdapat di bagian operasional pada keagenan PT Transuta Lintas Samudera cabang Merak pada periode Januari 2019-Desember 2021.

## 3. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan cara membaca, melihat, meneliti, mengutip dari buku-buku dan internet atau referensi yang disajikan, sebagai masukan atau bahan pertimbangan mengenai apa yang dapat dilihat dari teori yang sudah ada. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memperoleh dasar-dasar teori dengan jalan membaca buku-buku termasuk peraturan dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

## 4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2013)

Pada penelitian ini penulis membagikan kuesioner kepada 42 pengguna jasa keagenan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. Pertanyaan tersebut dapat diberikan secara langsung atau melalui media internet. Di dalam kuesioner tersebut penulis memberikan 2 bagian pertanyaan yaitu :

- 1) Bagian pertama berisikan 11 pertanyaan mengenai variabel bauran pemasaran yang diberikan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.
- 2) Bagian kedua berisikan 3 pertanyaan mengenai variabel konsistensi jumlah kapal yang diageni PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Adapun Indikator variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Table 3.1  
Indikator dan Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Sub Variabel Penelitian	Indikator
Variabel Bebas (X) Bauran Pemasaran	1. <i>Product</i> / Produk (X <sub>1</sub> )	1. Pemenuhan produk jasa yang ditawarkan. 2. Ketepatan waktu. 3. Kualitas produk jasa.
	2. <i>Place</i> / Tempat (X <sub>2</sub> )	1. Penempatan rute. 2. Tempat yang strategis. 3. Akses transportasi.
	3. <i>Promotion</i> / Promosi (X <sub>3</sub> )	1. Informasi dari perusahaan. 2. Promosi dari pemilik cabang.
	4. <i>Price</i> / Harga (X <sub>4</sub> )	1. Harga sesuai kualitas produk. 2. Harga sesuai kegiatan kapal. 3. Kesepakatan harga.

Variabel Terikat (Y) Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak	Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan pelanggan.</li> <li>2. Penetapan bauran pemasaran.</li> <li>3. Menjaga komunikasi dengan pelanggan.</li> </ol>
---	--	---

Sumber : Data dari kuesioner yang digunakan.

Masing-masing pertanyaan akan diberikan setiap pilihan jawaban yang diberikan bobot nilai berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. (Sugiyono, 2013)

Tabel 3.2  
Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert

NO	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam mengukur penilaian jawaban dari responden dapat menggunakan rumus penilaian interval kelas rata-rata sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyak Kelas Interval = 5

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung Panjang Kelas Interval sebagai

berikut :  $P = \frac{5-1}{5} = 0,8 \approx 1$

Berikut keterangan interval rata-rata jawaban responden disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3.3

Tabel Interval Rata-rata Jawaban Responden

Interval	Keterangan
4,20 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,40 – 4,19	Baik (B)
2,60 – 3,39	Kurang Baik (KB)
1,80 -2,59	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik (STB)

(Sugiyono, 2013)

## E. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. (Arikunto, 2012)

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu sendiri.

Populasi dari penelitian ini adalah kapal niaga yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera cabang Merak.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2013)



Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel. Sampel yang diambil itu telah menggambarkan apa yang terjadi pada populasi.

Sampel dari penelitian ini adalah jumlah dari kapal-kapal yang menggunakan jasa keagenan PT Transuta Lintas Samudera cabang Merak dari bulan Januari 2019 sampai bulan Desember 2021.

### 3. Teknik sampling

Dalam pengambilan sampel apabila jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. (Arikunto, 2012)

Penentuan sampel selanjutnya dilakukan dengan cara :

#### a. Menjumlahkan keseluruhan populasi

- 1) Tahun 2019 sebanyak 80 konsumen.
- 2) Tahun 2020 sebanyak 75 konsumen.
- 3) Tahun 2021 sebanyak 55 konsumen.

$$\begin{aligned}\text{Jumlah populasi} &= 80 + 75 + 55 \\ &= 210\end{aligned}$$

#### b. Pengambilan sampel 10% - 15% atau 20% - 25% dari populasi. (Arikunto, 2012). Sehingga diambil besar sampel 20 % dari populasi dikarenakan jumlah populasi lebih besar dari 100 pelanggan.

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 20\% \times 210 \\ &= 42 \text{ sampel}\end{aligned}$$

## F. TEKNIK ANALISIS DATA

Metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan melakukan pengelolaan terhadap data yang diteliti. Pengolahan data ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan bauran pemasaran yang diberikan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal.

Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Merupakan variabel yang dalam pola hubungannya menjadi sebab perubahan yang akan mempengaruhi secara positif ataupun negatif variabel terikat.

Variabel Bebas (X) = Bauran pemasaran ( *product, place, promotion, dan price* )

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Merupakan variabel yang dalam pola hubungannya dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variable Terikat (Y) = Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Teknik menganalisis data ini berdasarkan pada kekuatan hubungan antara dua variabel yang dianalisa sehingga besar keterkaitan variabel tersebut dapat diketahui.

Teknik menganalisis data dengan cara:

a. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali, 2011)

Dalam penelitian ini pengujian validasi dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson* (SPSS versi 25) yaitu dengan cara menghitung korelasi setiap skor yang diperoleh dari pernyataan kuesioner. Dalam menentukan suatu kuesioner valid atau tidak terdapat dua cara :

- Apabila nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka dinyatakan tidak valid.
- Apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  table, maka pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya apabila nilai  $r$  hitung  $< r$  table, maka dinyatakan tidak valid.

Untuk mendapatkan  $r$  tabel adalah dengan *degree of freedom* (df) =  $n - 2$  (n = jumlah sampel).

Sehingga besarnya (df) =  $42 - 2 = 40$ , dengan taraf signifikan 5%

b. Uji Reabilitas Cronbach Alpha

Reabilitas menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. (Suryabrata, 2004)

Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* > 0.6 (Sujarweni, 2014)

Untuk mengetahui tingkat rabilitas masing-masing item kuesioner maka dilakukan pengujian menggunakan komputer dengan program SPSS V.25 pada rumus analisis reabilitas *Cronbach alpha*.

c. Analisa Koefisien Korelasi

Analisa koefisien korelasi dignakan untuk mencari hubungan antara variabel bebas (yang dinyatakan dalam  $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) dan variabel terikat (yang dinyatakan dalam  $Y$ ). (Sugiyono, 2013)

Besarnya  $r$  dapat dinyatakan dengan  $-1 < r < 1$  yang artinya:

- 1) Bila  $r = +1$  atau mendekati 1, ada hubungan antara Variabel  $X$  dan Variabel  $Y$ , dimana hubungan itu sangat kuat dan positif.
- 2) Bila  $r = 0$ , maka tidak ada hubungan antara Variabel  $X$  dan  $Y$  atau dapat dikatakan hubungannya sangat lemah.
- 3) Bila  $r = -1$ , maka ada hubungan antara Variabel  $X$  dan  $Y$ , dimana hubungan itu sangat kuat dan negatif.

Tabel 3.4

Hubungan Interval Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0.00 – 0.199	Sangat Rendah
2	0.20 – 0.399	Rendah
3	0.40 – 0.599	Sedang
4	0.60 – 0.799	Kuat
5	0.80 – 1.000	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2013)

d. Uji regresi linier sederhana.

Persamaan regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kelinearan antara variabel bebas ( $X_1$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ),  $X_2$  terhadap variabel terikat ( $Y$ ),  $X_3$  terhadap variabel terikat ( $Y$ ),  $X_4$  terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Persamaan Regresi Linier Sederhana dinyatakan dalam bentuk :

$$Y = a + bX \dots \dots \dots (3.2)$$

$Y$  = subjek variabel terikat yang diproyeksikan

$X$  = variable bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksi

$a$  = nilai konstanta dari  $Y$  jika  $X = 0$

$b$  = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) Variabel  $Y$

e. Analisa Regresi Berganda

Korelasi berganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan dua variabel *independent* secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel *dependent*. (Sugiyono, 2015)

Analisis ini untuk mengetahui hubungan variabel  $X_1$  (*Product*),  $X_2$  (*Place*),  $X_3$  (*Promotion*),  $X_4$  (*Price*) dan variabel  $Y$  (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \dots \dots \dots (3.3)$$

Keterangan :

$Y$  = variabel terikat (kepuasan menggunakan keagenan kapal)

$a$  = konstanta

$b_1b_2b_3b_4$  = koefisien regresi

$X_1$  = variabel bebas 1 (*product*)

$X_2$  = variabel bebas 2 (*place*)

$X_3$  = variabel bebas 3 (*promotion*)

$X_4$  = variabel bebas 4 (*price*)

f. Analisa Koefisien determinasi Penentu

Analisa ini digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi Variabel X terhadap Variabel Y dalam satuan persen. Berikut persamaan tersebut :

$$KP = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.4)$$

(Sugiyono, 2013)

Keterangan :

KP = Koefisien Penentu

r = Koefisien Korelasi

g. Uji Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi yaitu hubungan yang ditemukan berlaku untuk keseluruhan populasi maka perlu diuji signifikansi dengan uji signifikansi korelasi uji t, uji f dan uji signifikansi sebagai berikut :

1) Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel atau tidak. (Sugiyono, 2013)

Rumus t hitung yaitu :

$$T \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots(3.5)$$

(Sugiyono, 2013)

Keterangan :

r = korelasi

n = banyaknya sampel

t = tingkat signifikansi t hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel

Terlebih dahulu menentukan taraf signifikansi sebesar ( $\alpha = 0,05$ ), kemudian mencari t tabel dengan derajat kebebasan (dk) = n-2, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan terikat.
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

## 2) Uji f

Uji f ditujukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi berganda seberapa kuat hubungan variabel terikat secara bersamaan.

(Sugiyono, 2013)

Nilai f hitung kemudian dibandingkan dengan f tabel dengan  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan,
- b) Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.

Tingkat signifikan yang digunakan oleh penulis adalah 0,05 yang artinya bahwa periset mempunyai 5% kesempatan untuk membuat keputusan yang salah mengenai penolakan  $H_0$  atau menerima  $H_a$ . Penetapan tingkat atau taraf signifikansi tergantung pada jumlah kesalahan periset yang bisa diterima. (Rakhmat, 2006)

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. DESKRIPSI DATA**

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang permasalahan-permasalahan atau fakta-fakta yang terjadi dan menguraikan sebagian dari peristiwa yang penulis alami selama melaksanakan Praktik Darat di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Adapun untuk memudahkan penelitian, penulis akan menyampaikan deskripsi data yang terkait diantaranya adalah :

##### **1. Profil Perusahaan**

PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dibidang pelayanan jasa keagenan kapal yang telah berdiri pada tanggal 22 Oktober 2012. Dalam memberikan pelayanan jasa keagenan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak dapat melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut :

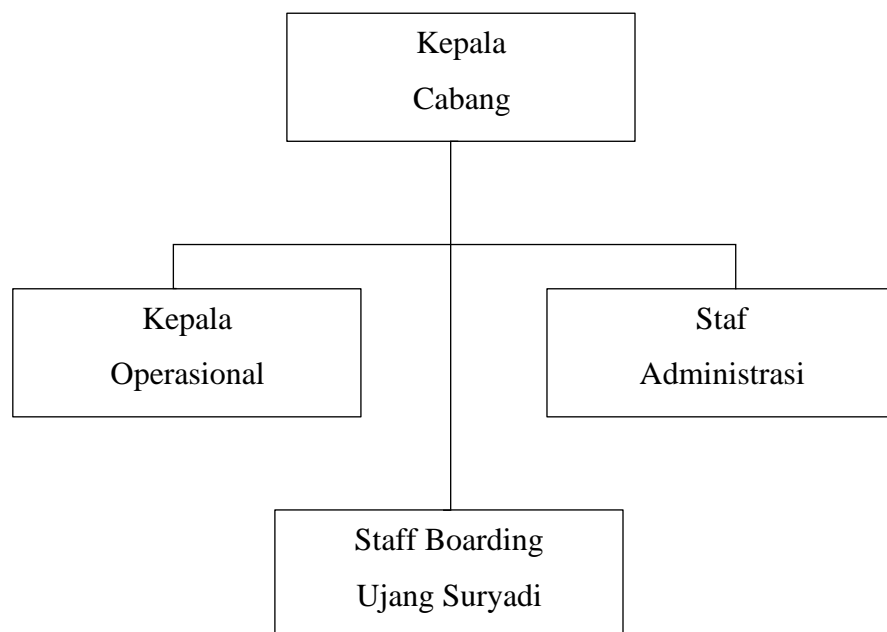
- a. Melaksanakan usaha dibidang keagenan kapal baik pelayaran tetap maupun tidak tetap serta pelayaran dalam negeri maupun luar negeri.
- b. Melaksanakan usaha sebagai perwakilan *owner / principal* dalam memenuhi ketentuan dan kewajibannya di pelabuhan singgah dari kapal yang diageni
- c. Melaporkan kedatangan atau keberangkatan kapal dan menyerahkan dokumen kapal kepada pihak Pelabuhan singgah yang terkait.
- d. Mengurus dokumen kapal seperti :
  1. Menyelesaikan dokumen kapal yang telah habis masa berlakunya.
  2. Membuat *Bill Of Lading* atas nama pemilik kapal.

3. Mengurus buku siji apabila ada pergantian jabatan kru kapal maupun pergantian kru kapal.
4. Mengurus dokumen *clearance in* dan *clearance out*.
- e. Melayani atas kebutuhan-kebutuhan kapal maupun kru diatas kapal.

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak*

## 2. Struktur Organisasi Perusahaan.

Struktur jabatan di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak terdiri dari :



**Gambar 4.1**

### **Struktur organisasi PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak**

Masing-masing memiliki tugas sebagai berikut :

#### a. Kepala Cabang

1. Memimpin kegiatan usaha / bisnis yang berjalan di perusahaan cabang.
2. Merencanakan kegiatan pelayanan jasa yang akan diberikan perusahaan terhadap pelanggan.
3. Membuat dan merencanakan anggaran biaya operasional kapal yang diageni bedasarkan jenis pelayanan yang diberikan.
4. Menyusun data operasional bulanan untuk selanjutnya membuat laporan ke kantor pusat.



5. Melakukan koordinasi kepada instansi yang membantu kelancaran kegiatan operasional perusahaan dalam memberi pelayanan keagenan kapal.

b. Kepala Operasional

1. Mengelola dan meningkatkan kelancaran kegiatan operasional perusahaan dalam usaha bisnis keagenan kapal.
2. Mengawasi kegiatan pelayanan jasa keagenan perusahaan.
3. Meningkatkan sistem dan prosedur operational perusahaan.

c. Administrasi

1. Membuat laporan keuangan perusahaan untuk dilaporkan ke kantor pusat.
2. Melakukan pencatatan, pengarsipan dan mengumpulkan dokumendasi setiap kegiatan perusahaan.
3. Merencanakan anggaran setiap kegiatan sesuai kebutuhan dan keuangan perusahaan.
4. Melaksanakan administrasi hutang piutang perusahaan.
5. Mengawasi keluar-masuk dana perusahaan.

d. Boarding

1. Memberikan pelayanan jasa langsung kepada kapal dan awak kapal sesuai instruksi dari pemilik kapal yang diageni.
2. Menyiapkan kelengkapan dokumen-dokumen yang dibutuhkan kapal dari mulai singgah di pelabuhan sampai dengan kapal berangkat ke pelabuhan tujuan.
3. Merencanakan perlengkapan yang dibutuhkan kapal untuk kegiatan bongkar maupun muat barang.
4. Menjaga komunikasi terhadap pihak kapal dan pemilik kapal terkait jadwal dari kegiatan kapal tersebut.

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak*

### 3. Potensi Perusahaan

#### a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang dimiliki PT Transuta Lintas Samudera merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dan pendapatan bagi perusahaan.

Tabel 4.1

Kedudukan dan tingkat Pendidikan Sumber Daya Manusia PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak

No	Nama	Jabatan	Pendidikan
1.	Raksasa Bidin Napitupulu	Kepala Cabang	Diploma
2.	Natalia Eka Sari	Administrasi	SMA
3.	Agus Tri Yamin	Kepala Operasional	SMA
4.	Ujang Suryadi	Staff Boarding	Diploma
TOTAL		4	

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak*

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa total pegawai di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak berjumlah 4 orang.

#### b. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana perusahaan memiliki peran dalam membantu kelancaran kegiatan pelayanan jasa keagenan kapal.

Tabel 4.2  
Data Sarana dan Prasarana milik PT Transuta Lintas Samudera Cabang  
Merak

SARANA			
No	Nama Barang	Jumlah	Satuan
1.	Mobil Operasional	2	Unit
2.	Motor	2	Unit
3.	Komputer	3	Unit
4.	Laptop	1	Unit
5.	Printer	2	Unit
6.	Scanner	2	Unit
7.	<i>Life Jacket</i>	5	Unit
8.	<i>Safety Shoes</i>	4	Pasang
9.	<i>Helmet</i>	4	Unit
10.	Telepon	2	Unit
11.	<i>Wireless</i>	1	Unit
12.	<i>Hand Talky</i>	2	Unit
13.	CCTV	2	Unit
PRASARANA			
1.	Gedung Kantor	1	Unit

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang  
Merak*

c. Data Pelanggan

Berikut disajikan data pelanggan yang diageni oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Tabel 4.3

Data Pelanggan Tetap PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak  
Tahun 2019-2021

No.	Nama Perusahaan	Negara
1.	PT Akr Sea Transport	Indonesia
2.	PT Lumoso Pratama Line	Indonesia
3.	PT Tanto Intim Line	Indonesia
4.	PT Alfa Trans Raya	Indonesia

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak*

Tabel 4.4

Data Pelanggan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak Tahun  
2019-2021

BULAN	TAHUN		
	2019	2020	2021
Januari	5	5	3
Februari	4	9	6
Maret	6	4	6
April	5	7	5
Mei	9	6	3
Juni	7	7	10
Juli	10	5	5
Agustus	6	7	3
September	8	5	4

Oktober	8	8	3
November	6	7	4
Desember	6	5	3
Total jumlah kapal	80	75	55

*Sumber : Bagian Operasional PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak*

#### 4. Karakteristik Responden

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kepada 42 responden yang merupakan pelanggan dari PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak. Gambaran karakteristik responden bertujuan untuk mengetahui deskripsi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Penggolongan tersebut akan disajikan dalam tabel sebagai berikut :

##### a. Jenis Kelamin Responden

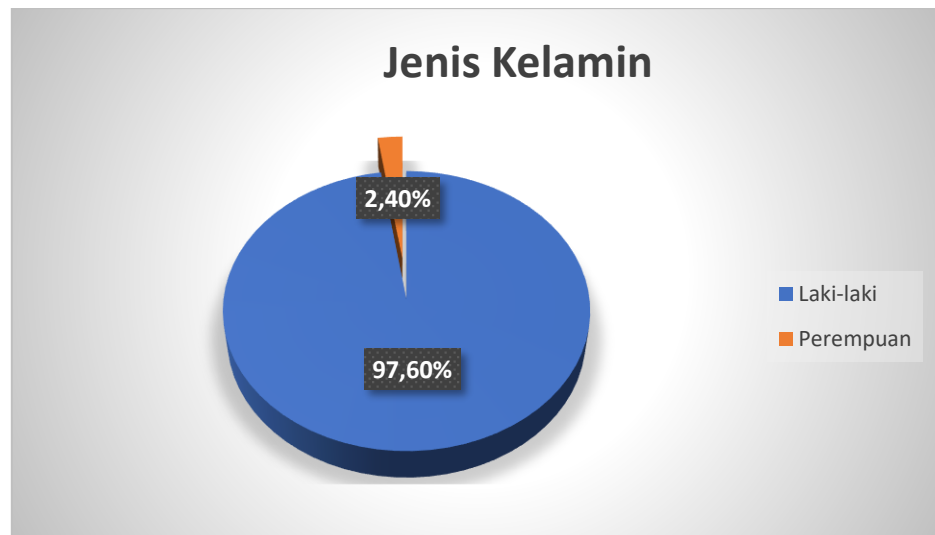
Berikut disajikan data jenis kelamin responden yang menjawab kuesioner dari peneliti :

Tabel 4.5

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	41	97,6 %
2	Perempuan	1	2,4 %
Total		42	100 %

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner*



**Gambar 4.2**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas diperoleh jumlah responden laki-laki sebesar 97,6% lebih banyak dari pada jumlah responden perempuan sebesar 2,4%. Hal ini disebabkan karena peneliti mengambil responden dari kru kapal yang pada umumnya didominasi oleh laki-laki.

Perbedaan jenis kelamin adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Perempuan dikenal lemah lembut, cantik, emosional dan keibuan sementara laki-laki dikenal kuat, rasional, jantan dan perkasa. (Fakih, 1996)

Dari jawaban kuesioner yang diperoleh maka diharapkan jawaban responden bersifat rasional tanpa unsur sifat emosional.

b. Usia Responden

Berikut disajikan data usia responden yang menjawab kuesioner dari peneliti :

Tabel 4.6  
Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia Responden	Jumlah	Presentase
1.	20-25 tahun	5	11.9 %
2.	26-30 tahun	12	28.5 %
3.	31-35 tahun	7	16.6 %
4.	36-40 tahun	4	9.5 %
5.	41-45 tahun	4	9.5 %
6.	> 45 Tahun	10	23.8 %
Total		42	100

*Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner*

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat diketahui data responden berdasarkan usia yaitu usia 20-25 tahun sebanyak 11,9 %, usia 26-30 tahun sebanyak 28,5 %, usia 31-35 tahun sebanyak 16,6 % , usia 36-40 tahun sebanyak 9,5 %, usia 41-45 tahun 9,5 % dan usia > 45 tahun sebanyak 23,8 %.

Menurut WHO klarifikasi usia antara lain : masa balita (0-5 tahun), masa anak-anak (6-11 tahun), masa remaja (12-17 tahun), masa dewasa (18-40 tahun), dan masa tua (41-65 tahun). Berdasarkan klarifikasi dari WHO, sebanyak 80,96% responden yang diperoleh oleh peneliti berada pada masa dewasa dan sebanyak 19,04% berada pada masa tua. Sehingga diharapkan responden mudah dalam mengisi lembar kuesioner dikarenakan rata-rata responden berada pada rentang usia dewasa.

c. Jabatan Responden di atas Kapal

Berikut disajikan data jabatan responden di atas kapal yang menjawab kuesioner dari peneliti :

Tabel 4.7  
Data Responden Berdasarkan Jabatan

NO.	JABATAN	JUMLAH	PRESENTASE
1.	Nakhoda	2	4.7 %
2.	Mualim I	4	9.5 %
3.	Mualim II	3	7.1 %
4.	Mualim III	6	14.2 %
5.	KKM	2	4.7 %
6.	Masinis I	1	2.4 %
7.	Masinis II	3	7.1 %
8.	Masinis III	2	4.7 %
9.	Masinis IV	3	7.1 %
10.	Masinis V	1	2.4 %
11.	<i>Electrician</i>	2	4.7 %
12.	Kelasi	2	4.7 %
13.	Juru Mudi	4	9.5 %
14.	Juru Minyak	3	7.1 %
15.	Juru Masak	1	2.4 %
16.	Bosun	3	7.1 %
TOTAL		42	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner



## B. ANALISIS DATA

Berikut disajikan analisis data dari kuesioner yang digunakan :

1. Hasil Kuesioner Variabel  $X_1$  (*product*),  $X_2$  (*place*),  $X_3$  (*promotion*),  $X_4$  (*price*), dan Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)
  - a. *Product* ( $X_1$ )

Tabel 4.8

Indikator Pemenuhan Produk Jasa Yang Ditawarkan Nomor 1

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Produk yang ditawarkan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak yaitu dalam bentuk jasa keagenan kapal yang memenuhi kebutuhan kapal selama berada di pelabuhan dengan prosedur yang berlaku.	0	1	3	28	10	42
Presentase		0%	2.4%	7.1%	66.7%	23.8%	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada tabel 4.8 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 10 responden, skala Setuju (S) berjumlah 28 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 3 responden, skala Tidak Setuju (TS) berjumlah 1 responden dan tidak ada yang menjawab pada skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 90.5% responden menjawab setuju dan sangat setuju, yang artinya produk jasa yang ditawarkan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak telah memenuhi kebutuhan kapal.

Tabel 4.9  
Indikator Ketepatan Waktu Nomor 2

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
2	Dalam pemberian jasa pelayanan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak prosesnya sangat tepat waktu dan sangat memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.	0	0	6	27	9	42
Presentase		0%	0%	14.3%	64.3%	21.4%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.9 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 9 responden, skala Setuju (S) berjumlah 27 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 6 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 85.7% responden menjawab setuju dan sangat setuju, yang artinya jasa yang diberikan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak sudah tepat waktu dan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Tabel 4.10  
Indikator Kualitas Produk Jasa Nomor 3

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
3	Produk yang ditawarkan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak diunggulkan kualitas pelayanan dalam menyelesaikan tugas sebagai agen kapal dan merespon dengan cepat masalah-masalah yang	0	0	2	29	11	42

terjadi selama di lapangan dengan berkomunikasi secara langsung dengan pihak kapal maupun pemilik kapal yang berwenang.							
Presentase	0%	0%	4.8%	69%	26.2%	100%	

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.10 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 11 responden, skala Setuju (S) berjumlah 29 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 2 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 95.2% responden menjawab setuju dan sangat setuju, yang artinya PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak telah mengunggulkan pelayanan jasa keagenan kapal.

b. *Place* (X<sub>2</sub>)

Tabel 4.11

Indikator Penempatan Rute Nomor 4

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
4	PT. TLS menempati pelayanan keagenan pada pasar perusahaan kepemilikan kapal yang memiliki rute domestik.	0	0	2	33	7	42
Presentase		0%	0%	4.8%	78.6%	16.7%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.11 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 7 responden, skala Setuju (S) berjumlah 33 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 2 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 95.3% responden menjawab setuju dan sangat setuju, yang artinya PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak hanya menempatkan pelayanan keagenannya pada pasar domestik.

Tabel 4.12

## Indikator Tempat Yang Strategis Nomor 5

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
5	PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menempatkan lokasi perusahaan yang sangat strategis.	0	0	2	31	9	42
Presentase		0%	0%	4.8%	73.8%	21.4%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.12 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 9 responden, skala Setuju (S) berjumlah 31 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 2 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 95.2% responden menjawab setuju dan sangat setuju, yang artinya PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak telah berlokasi yang strategis. PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan kantor pelabuhan dan fasilitas Pelabuhan Merak.

Tabel 4.13

## Indikator Akses Transportasi Nomor 6

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
6	Akses pengguna jasa untuk mencapai PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sangat mudah dijangkau baik menggunakan transportasi umum / pribadi.	0	0	3	29	10	42
Presentase		0%	0%	7.1%	69%	23.8%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.13 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 10 responden, skala Setuju (S) berjumlah 29 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 3 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 92.8% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa lokasi PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak mudah dijangkau baik menggunakan transportasi umum / pribadi. Terdapat akses jalan menuju ke lokasi kantor baik dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

c. *Promotion* ( $X_3$ )

Tabel 4.14

Indikator Informasi Perusahaan Nomor 7

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
7	Informasi produk dan layanan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak hanya menggunakan media mulut ke mulut.	0	0	6	34	2	42
Presentase		0%	0%	14.3%	81%	4.8%	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada tabel 4.14 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 2 responden, skala Setuju (S) berjumlah 34 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 6 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 85.8% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak hanya mempromosikan produk dan layanan jasanya hanya menggunakan media mulut ke mulut.



Tabel 4.15

## Indikator Promosi Perusahaan Nomor 8

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
8	Promosi yang dilakukan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak hanya dilaksanakan oleh kepala cabang	0	0	7	31	4	42
Presentase		0%	0%	16.7%	73.8%	9.5%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.15 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 4 responden, skala Setuju (S) berjumlah 31 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 7 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 83.3% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak hanya dilakukan oleh kepala cabang saja.

d. *Price* ( $X_4$ )

Tabel 4.16

Indikator Kesesuaian Harga Terhadap Produk Nomor 9

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
9	Harga yang tersedia pada PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah sangat jelas penetapannya dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	0	0	1	36	5	42
Presentase		0%	0%	2.4%	85.7%	11.9%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.16 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 5 responden, skala Setuju (S) berjumlah 36 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 1 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 97.6% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak telah menetapkan harga atau tarif pelayanan sudah sangat jelas penetapannya dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Tabel 4.17

## Indikator Kesesuaian Harga Terhadap Kegiatan Kapal Nomor 10

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
10	Harga yang ditawarkan kepada pengguna jasa sesuai dengan kegiatan kapal selama di pelabuhan mengacu pada biaya-biaya operasional yang dikeluarkan.	0	0	1	32	9	42
Presentase		0%	0%	2.4%	76.2%	21.4%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.17 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 9 responden, skala Setuju (S) berjumlah 32 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 1 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 97.6% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak telah sesuai dengan kegiatan kapal selama di Pelabuhan singgah.

Tabel 4.18

## Indikator Kesepakatan Harga Nomor 11

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
11	Biaya-biaya yang ditawarkan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah sesuai dengan kesepakatan antara owner dan pihak perusahaan agen.	0	0	4	30	8	42
Presentase		0%	0%	9.5%	71.4%	19%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.18 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 8 responden, skala Setuju (S) berjumlah 30 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 4 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 90.4% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa biaya yang ditawarkan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak kepada *owner* telah mencapai kesepakatan bersama.

- e. Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak (Y)

Tabel 4.19

Indikator Kepuasan Pelanggan Nomor 12

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
12	Pengguna jasa sudah sangat puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.	0	0	0	32	10	42
Presentase		0%	0%	0%	76.2%	23.8%	100%

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Pada tabel 4.19 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 10 responden, skala Setuju (S) berjumlah 32 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Kurang Setuju (KS), skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 100% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa pelanggan sudah puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Tabel 4.20

## Indikator Penetapan Strategi Pemasaran Nomor 13

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
13	PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan menambah pelanggan baru dengan memperluas relasinya dengan perusahaan lain.	0	0	2	32	8	42
Presentase		0%	0%	4.8%	76.2%	19%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.20 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 8 responden, skala Setuju (S) berjumlah 32 responden, skala Kurang Setuju (KS) berjumlah 2 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 95.2% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak telah memperluas relasi untuk menambah pelanggan baru.

Tabel 4.21

## Indikator Menjaga Komunikasi dengan Pelanggan Nomor 14

No	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
14	PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menjaga komunikasi dengan pelanggan tetap agar pelanggan tersebut merekomendasikan ke perusahaan / mitra lainnya untuk menggunakan jasa pelayanan di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.	0	0	0	32	10	42
Presentase		0%	0%	0%	76.2%	23.8%	100%

*Sumber : Data kuesioner yang telah diolah*

Pada tabel 4.21 dapat diketahui hasil jawaban responden berdasarkan skala likert adalah pada skala Sangat Setuju (SS) berjumlah 10 responden, skala Setuju (S) berjumlah 32 responden, tidak ada yang menjawab pada skala Kurang Setuju (KS), skala Tidak Setuju (TS) dan skala Sangat Tidak Setuju (STS).

Kesimpulannya adalah terdapat 100% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa pelanggan sudah puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Merak telah menjaga komunikasi dengan pelanggan tetap.

## 2. Uji Validitas

Selanjutnya dilakukan uji validitas dari kuesioner yang telah dibuat. Dalam hal ini membandingkan nilai R tabel  $(df)n-2 = (df)40 = 0.304$  (Terlampir). Adapun hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.22  
Validitas Pernyataan Kuesioner pada  
Varibel Bebas (P1-P11) dan Variabel Terikat (Y1-Y3)

No	r hitung	r tabel 5% (40)	Sig.	Keterangan
P1	0.468	0.304	0.002	Valid
P2	0.660	0.304	0.000	Valid
P3	0.448	0.304	0.003	Valid
P4	0.467	0.304	0.002	Valid
P5	0.679	0.304	0.000	Valid
P6	0.462	0.304	0.002	Valid
P7	0.509	0.304	0.001	Valid
P8	0.597	0.304	0.000	Valid
P9	0.513	0.304	0.001	Valid
P10	0.493	0.304	0.001	Valid
P11	0.333	0.304	0.031	Valid
Y1	0.695	0.304	0.000	Valid
Y2	0.645	0.304	0.000	Valid
Y3	0.725	0.304	0.000	Valid
TOTAL	1	0.304	0.000	Valid

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*



Dari tabel 4.22 dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner memiliki nilai signifikansi  $< 0.05$  dan nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel. Sehingga kesimpulannya semua item pernyataan kuesioner adalah valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha*  $> 0.6$ . (Sujarweni, 2014)

Tabel 4.23  
Reabilitas Variabel Bebas dan Variabel Terikat

No	<i>Cronbach alpha</i>	Nilai Minimum <i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
P1	0.815	0.6	Reliabel
P2	0.793	0.6	Reliabel
P3	0.811	0.6	Reliabel
P4	0.808	0.6	Reliabel
P5	0.790	0.6	Reliabel
P6	0.811	0.6	Reliabel
P7	0.804	0.6	Reliabel
P8	0.798	0.6	Reliabel
P9	0.804	0.6	Reliabel
P10	0.806	0.6	Reliabel
P11	0.821	0.6	Reliabel
Y1	0.709	0.6	Reliabel
Y2	0.794	0.6	Reliabel
Y3	0.788	0.6	Reliabel

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.23 didapat nilai *Cronbach alpha* dari 14 item pernyataan kuesioner memiliki nilai  $> 0.6$ , maka semua item dinyatakan reliabel.

#### 4. Uji Koefisien Korelasi

Tujuan dari analisis korelasi adalah untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh antara Variabel Bebas (Bauran Pemasaran) dengan Variabel Terikat (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

##### a. Uji Koefisien Korelasi Variabel $X_1$ (*Product*) terhadap Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Berdasarkan perhitungan korelasi menggunakan SPSS Versi 25 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.24

Koefisien Korelasi Variabel  $X_1$  terhadap Variabel Y

No	Nilai Korelasi	Nilai Sig.
$X_1$ terhadap Variabel Y	0.660	0.00

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.24 didapat nilai korelasi Variabel  $X_1$  terhadap Variabel Y sebesar 0.660. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai 0.660 berada pada rentang 0.60 – 0.799, yang artinya tingkat hubungan Variabel  $X_1$  terhadap Variabel Y termasuk pada tingkat hubungan yang “kuat”.

##### b. Uji korelasi Variabel $X_2$ (*Place*) terhadap Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Berdasarkan perhitungan korelasi menggunakan SPSS Versi 25 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.25

Koefisien Korelasi Variabel  $X_2$  terhadap Variabel Y

No	Nilai Korelasi	Nilai Sig.
$X_2$ terhadap Variabel Y	0.483	0.01

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.25 didapat nilai korelasi Variabel  $X_2$  terhadap Variabel Y sebesar 0.483. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai 0.483 berada pada rentang 0.40 – 0.599, yang artinya tingkat hubungan Variabel  $X_2$  terhadap Variabel Y termasuk pada tingkat hubungan yang “sedang”.

- c. Uji korelasi Variabel  $X_3$  (*Promotion*) terhadap Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Berdasarkan perhitungan korelasi menggunakan SPSS Versi 25 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.26

Koefisien Korelasi Variabel  $X_3$  terhadap Variabel Y

No	Nilai Korelasi	Nilai Sig.
$X_3$ terhadap Variabel Y	0.541	0.00

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.26 didapat nilai korelasi Variabel  $X_3$  terhadap Variabel Y sebesar 0.541. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai 0.483 berada pada rentang 0.40 – 0.599, yang artinya tingkat hubungan Variabel  $X_3$  terhadap Variabel Y termasuk pada tingkat hubungan yang “sedang”.

- d. Uji korelasi Variabel  $X_4$  (*Price*) terhadap Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Berdasarkan perhitungan korelasi menggunakan SPSS Versi 25 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.27

Koefisien Korelasi Variabel  $X_4$  terhadap Variabel Y

No	Nilai Korelasi	Nilai Sig.
$X_4$ terhadap Variabel Y	0.484	0.01

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.27 didapat nilai korelasi Variabel  $X_4$  terhadap Variabel Y sebesar 0.484. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai 0.483 berada pada rentang 0.40 – 0.599, yang artinya tingkat hubungan Variabel  $X_4$  terhadap Variabel Y termasuk pada tingkat hubungan yang “sedang”.

- e. Uji korelasi Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap Variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Berdasarkan perhitungan korelasi menggunakan SPSS Versi 25 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.28

Koefisien Korelasi Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap Variabel Y

No	Nilai Korelasi	Nilai Sig.
$X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , dan $X_4$ terhadap Variabel Y	0.761	0.01

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.28 didapat nilai korelasi Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap Variabel Y sebesar 0.761. Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai 0.761 berada pada rentang 0.60 – 0.799, yang artinya tingkat hubungan Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap Variabel Y termasuk pada tingkat hubungan yang “kuat”.

5. Uji regresi linier sederhana.

Persamaan regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kelinearan antara variabel bebas ( $X_1$ ) terhadap variabel terikat (Y),  $X_2$  terhadap variabel terikat (Y),  $X_3$  terhadap variabel terikat (Y),  $X_4$  terhadap variabel terikat (Y).

- a. Uji Regresi Sederhana  $X_1$  (*Product*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Tabel 4.29

Regresi Sederhana  $X_1$  terhadap Y

No	Unstandardized	t hitung	Sig.
Konstanta	5.646	2.825	0.007
Variabel $X_1$ ( <i>Price</i> )	0.563	3.498	0.001

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai a sebesar 5.646 dan nilai b sebesar 0.563 maka didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 \rightarrow Y = 5.646 + 0.563 X_1$$

Pada persamaan tersebut dapat diketahui nilai konstantanya adalah 5.646 yang artinya apabila  $X_1 = 0$ , maka besar Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal adalah 5.646. nilai Koefisien Regresi Variabel  $X_1$  memiliki nilai positif yaitu sebesar 0.563 yang artinya semakin baik *Product* ( $X_1$ ) maka akan semakin positif dan baik pula kepuasan pelanggan dalam menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

- b. Uji Regresi Sederhana  $X_2$  (*Place*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Tabel 4.30  
Regresi Sederhana  $X_2$  terhadap Y

No	Unstandardized	t hitung	Sig.
Konstanta	6.878	4.165	0.000
Variabel $X_2$ ( <i>Place</i> )	0.461	3.490	0.001

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.30 diperoleh nilai a sebesar 6.878 dan nilai b sebesar 0.461 maka didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX_2 \rightarrow Y = 6.878 + 0.461 X_2$$

Pada persamaan tersebut dapat diketahui nilai konstantanya adalah 6.878 yang artinya apabila  $X_2 = 0$ , maka besar Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal adalah 6.878. nilai Koefisien Regresi Variabel  $X_2$  memiliki nilai positif yaitu sebesar 0.461 yang artinya semakin baik *Place* ( $X_2$ ) maka akan semakin positif dan baik pula kepuasan pelanggan dalam menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

- c. Uji Regresi Sederhana  $X_3$  (*Promotion*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Tabel 4.31  
Regresi Sederhana  $X_3$  terhadap Y

No	Unstandardized	t hitung	Sig.
Konstanta	7.178	5.336	0.000
Variabel $X_3$ ( <i>Promotion</i> )	0.695	4.067	0.000

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.31 diperoleh nilai a sebesar 7.178 dan nilai b sebesar 0.461 maka didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX_3 \rightarrow Y = 7.178 + 0.695 X_3$$

Pada persamaan tersebut dapat diketahui nilai konstantanya adalah 7.178 yang artinya apabila  $X_3 = 0$ , maka besar Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal adalah 7.178. Nilai Koefisien Regresi Variabel  $X_3$  memiliki nilai positif yaitu sebesar 0.695 yang artinya semakin baik *Promotion* ( $X_3$ ) maka akan semakin positif dan baik pula kepuasan pelanggan dalam menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

- d. Uji Regresi Sederhana  $X_4$  (*Price*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Tabel 4.32

Regresi Sederhana  $X_4$  terhadap Y

No	Unstandardized	t hitung	Sig.
Konstanta	5.646	2.825	0.007
Variabel $X_4$ ( <i>Price</i> )	0.563	3.498	0.001

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.32 diperoleh nilai a sebesar 5.646 dan nilai b sebesar 0.563 maka didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX \rightarrow Y = 5.646 + 0.563 X_4$$

Pada persamaan tersebut dapat diketahui nilai konstantanya adalah 5.646 yang artinya apabila  $X_4 = 0$ , maka besar Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal adalah 5.646. nilai Koefisien Regresi Variabel  $X_4$  memiliki nilai positif yaitu sebesar 0.563 yang artinya semakin baik *Price* ( $X_4$ ) maka akan semakin positif dan baik pula kepuasan pelanggan dalam menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

## 6. Uji Regresi Berganda

Uji Regresi Berganda  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap  $Y$  (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Tabel 4.33  
Regresi Berganda  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  terhadap  $Y$

No	Unstandardized	t hitung	Sig.
Konstanta	0.199	0.112	0.912
Variabel $X_1$ ( <i>Product</i> )	0.380	3.316	0.002
Variabel $X_2$ ( <i>Place</i> )	0.141	1.188	0.243
Variabel $X_3$ ( <i>Promotion</i> )	0.335	2.205	0.034
Variabel $X_4$ ( <i>Price</i> )	0.269	1.963	0.057

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.33 diperoleh nilai  $a$  sebesar 0.199 dan nilai  $b_1$  sebesar 0.380,  $b_2$  sebesar 0.141,  $b_3$  sebesar 0.335, dan  $b_4$  sebesar 0.269, maka didapat persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

$$Y = 0.199 + 0.380 X_1 + 0.141 X_2 + 0.335 X_3 + 0.269 X_4$$

Pada persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Nilai konstanta  $a$  sebesar 0.199 yang artinya jika skor variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ ) dianggap nol (0), maka besar Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal adalah 0.199.
- 2) Nilai Koefisien Regresi Variabel *Product* ( $X_1$ ) sebesar 0.380, *Place* ( $X_2$ ) sebesar 0.141, *Promotion* ( $X_3$ ) sebesar 0.335 dan *Price* ( $X_4$ ) sebesar 0.269, artinya jika masing-masing variabel  $X$  mengalami peningkatan maka variabel  $Y$  (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal) akan naik semakin positif.



3) Dari tabel 4.33 dapat diketahui bahwa nilai Variabel *Product* ( $X_1$ ) sebesar 0.380, *Place* ( $X_2$ ) sebesar 0.141, *Promotion* ( $X_3$ ) sebesar 0.335 dan *Price* ( $X_4$ ) sebesar 0.269. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Product* dan *Promotion* memiliki nilai yang besar, ini artinya variabel *Product* dan *Promotion* memiliki pengaruh yang besar terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

#### 7. Koefisien Determinasi

Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan angka *R Square* (nilai korelasi yang dikuadratkan) dari perhitungan dengan SPSS versi 25.

- a. Koefisien Determinasi *Product* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y)

Tabel 4.34

*R Square*

Model	R	<i>R Square</i>
1	0.660	0.435

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.34 didapat nilai *R Square* sebesar 0.435 atau bernilai 43.5%.

Nilai *R Square* juga dapat dihitung dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.660)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.435 \times 100\%$$

$$KD = 43.5\%$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari *Product* terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal sebesar 43.5%.

- b. Koefisien Determinasi *Place* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y)

Tabel 4.35

*R Square*

Model	R	<i>R Square</i>
1	0.483	0.233

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.35 didapat nilai *R Square* sebesar 0.233 atau bernilai 23.3%.

Nilai *R Square* juga dapat dihitung dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.483)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.233 \times 100\%$$

$$KD = 23.3\%$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari *Place* terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal sebesar 23.3%.

- c. Koefisien Determinasi *Promotion* ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y)

Tabel 4.36

*R Square*

Model	R	<i>R Square</i>
1	0.541	0.293

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.36 didapat nilai *R Square* sebesar 0.293 atau bernilai 29.3%.

Nilai *R Square* juga dapat dihitung dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.541)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.293 \times 100\%$$

$$KD = 29.3\%$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari *Promotion* terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal sebesar 29.3%.

- d. Koefisien Determinasi *Price* ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal ( $Y$ )

Tabel 4.37

*R Square*

Model	R	<i>R Square</i>
1	0.484	0.234

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.37 didapat nilai *R Square* sebesar 0.234 atau bernilai 23.4%.

Nilai *R Square* juga dapat dihitung dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.484)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.234 \times 100\%$$

$$KD = 23.4\%$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari *Price* terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal sebesar 23.4%.

- e. Koefisien Determinasi *Product* ( $X_1$ ), *Place* ( $X_2$ ), *Promotion* ( $X_3$ ), *Price* ( $X_4$ ) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal ( $Y$ )

Tabel 4.38

*R Square*

Model	R	<i>R Square</i>
1	0.775	0.601

*Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah*

Dari tabel 4.38 didapat nilai *R Square* sebesar 0.601 atau bernilai 60,1%.

Nilai *R Square* juga dapat dihitung dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.775)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.601 \times 100\%$$

$$KD = 60.1\%$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari *Product* terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal sebesar 60.1% sementara sisanya sebesar 39.9% merupakan pengaruh dari faktor lain diluar penelitian ini.

#### 8. Uji Hipotesis

Jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka artinya variabel bebas (X) secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). (Sujarweni, 2014)

Jika nilai *F* hitung > *F* tabel maka artinya variabel bebas (X) secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). (Sujarweni, 2014)

##### a. Uji T

Selanjutnya dilakukan uji *t* dari kuesioner yang telah dibuat. Didapat nilai *T* tabel (dk) 5%  $n-2 = (dk) 5\% ; 40 = 2.021$  (Terlampir). Adapun hasil perhitungan nilai *t* hitung disajikan dalam tabel berikut :

##### 1) Uji $H_1$ (variabel $X_1$ terhadap Y)

$$t = \frac{r\sqrt{n}-2}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.660\sqrt{42}-2}{\sqrt{1-(0.660)^2}}$$

$$t = \frac{4.174}{\sqrt{1-0.435}}$$

$$t = 5.553$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat nilai t hitung sebesar  $5.553 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2.021$ .

Kesimpulannya adalah  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Product* ( $X_1$ ) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal ( $Y$ ).

## 2) Uji $H_2$ (variabel $X_2$ terhadap $Y$ )

$$t = \frac{r\sqrt{n}-2}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.483\sqrt{42}-2}{\sqrt{1-(0.483)^2}}$$

$$t = \frac{3.055}{\sqrt{1-0.233}}$$

$$t = 3.488$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat nilai t hitung sebesar  $3.488 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2.021$ .

Kesimpulannya adalah  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Place* ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal ( $Y$ ).

## 3) Uji $H_3$ (variabel $X_3$ terhadap $Y$ )

$$t = \frac{r\sqrt{n}-2}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.541\sqrt{42}-2}{\sqrt{1-(0.541)^2}}$$

$$t = \frac{3.421}{\sqrt{1-0.293}}$$

$$t = 4.069$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat nilai t hitung sebesar  $4.069 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2.021$ .

Kesimpulannya adalah  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Promotion* ( $X_3$ ) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y).

4) Uji  $H_4$  (variabel  $X_4$  terhadap Y)

$$t = \frac{r\sqrt{n}-2}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.484\sqrt{42}-2}{\sqrt{1-(0.484)^2}}$$

$$t = \frac{3.061}{\sqrt{1-0.234}}$$

$$t = 3.497$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat nilai t hitung sebesar  $3.497 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2.021$ .

Kesimpulannya adalah  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Price* ( $X_4$ ) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y).

5) Uji  $H_5$  (variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap Y)

$$t = \frac{0.775\sqrt{42}-2}{\sqrt{1-0.601}}$$

$$t = \frac{4.9015}{0.6316}$$

$$t = 7.760$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapat nilai t hitung sebesar  $7.760 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2.021$ .

Kesimpulannya adalah  $H_{05}$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel  $X_1$  (*Product*),  $X_2$  (*Place*),  $X_3$  (*Promotion*),  $X_4$  (*Price*) terhadap variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y).

b. Uji F

Selanjutnya dilakukan uji f dari kuesioner yang telah dibuat. Didapat nilai F tabel dari perhitungan :  $df_1 = k - 1 = 5 - 1 = 4$  dan  $df_2 = n - k = 42 - 5 = 37$ , didapat nilai t tabel sebesar 2.86 (Terlampir). Adapun hasil perhitungan nilai f hitung disajikan dalam tabel berikut :

1) Uji F untuk  $X_1$  (*Product*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Mencari F hitung menggunakan perhitungan dengan SPSS Versi 25.

Tabel 4.39

Uji f hitung  $X_1$  terhadap Y

Model	F	Sig.
1	30.798	0.000

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.39 didapat nilai F hitung sebesar  $30.798 >$  nilai F tabel 2.86 maka dapat dinyatakan bahwa variabel  $X_1$  (*Product*) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Product* ( $X_1$ ) terhadap variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

2) Uji F untuk  $X_2$  (*Place*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Mencari F hitung menggunakan perhitungan dengan SPSS Versi 25.

Tabel 4.40

Uji f hitung  $X_2$  terhadap Y

Model	F	Sig.
1	12.177	0.001

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.40 didapat nilai F hitung sebesar  $12.177 >$  nilai F tabel 2.86 maka dapat dinyatakan bahwa variabel  $X_2$  (*Place*) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Place* ( $X_2$ ) terhadap variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

- 3) Uji F untuk  $X_3$  (*Promotion*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Mencari F hitung menggunakan perhitungan dengan SPSS Versi 25.

Tabel 4.41

Uji f hitung  $X_3$  terhadap Y

Model	F	Sig.
1	16.541	0.000

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.41 didapat nilai F hitung sebesar  $16.541 >$  nilai F tabel 2.86 maka dapat dinyatakan bahwa variabel  $X_3$  (*Promotion*) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Promotion* ( $X_3$ ) terhadap variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

- 4) Uji F untuk  $X_4$  (*Price*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Mencari F hitung menggunakan perhitungan dengan SPSS Versi 25.



Tabel 4.42

Uji f hitung  $X_4$  terhadap Y

Model	F	Sig.
1	12.238	0.001

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.42 didapat nilai F hitung sebesar  $12.238 >$  nilai F tabel 2.86 maka dapat dinyatakan bahwa variabel  $X_4$  (*Price*) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel *Price* ( $X_4$ ) terhadap variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

- 5) Uji F untuk  $X_1$  (*Product*),  $X_2$  (*Place*),  $X_3$  (*Promotion*),  $X_4$  (*Price*) terhadap Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal)

Mencari F hitung menggunakan perhitungan dengan SPSS Versi 25.

Tabel 4.43

Uji f hitung  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap Y

Model	F	Sig.
1	13.949	0.000

Sumber : Data SPSS V.25 yang telah diolah

Dari tabel 4.43 didapat nilai F hitung sebesar  $13.949 >$  nilai F tabel 2.86 maka dapat dinyatakan bahwa variabel  $X_1$  (*Product*),  $X_2$  (*Place*),  $X_3$  (*Promotion*),  $X_4$  (*Price*) mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{05}$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima, artinya terdapat pengaruh variabel  $X_1$  (*Product*),  $X_2$  (*Place*),  $X_3$  (*Promotion*),  $X_4$  (*Price*) terhadap variabel Y (Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal).

### C. PEMECAHAN MASALAH

Pemecahan masalah merupakan suatu tindakan yang dapat digunakan untuk mencari solusi pada setiap permasalahan yang sedang dihadapi, caranya dengan mendefinisikan masalah, menentukan penyebab dari masalah, dan mengimplementasikan tindakan tersebut untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pada umumnya pengambilan keputusan akan menggunakan pengetahuan, pertimbangan, dan pengalaman untuk menentukan pemecahan masalah mana yang terbaik untuk digunakan. Dalam hal ini masalah yang sedang dihadapi oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak perihal pelaksanaan bauran pemasaran yang kurang maksimal sehingga menyebabkan jumlah kapal yang diageni tidak konsisten dan bahkan mengalami penurunan.

Adapun hasil pemecahan masalah berdasarkan data yang telah dianalisis sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan hasil kuesioner yang terdiri dari empat variabel bebas (*Product, Place, Promotion* dan *Price*)

- a. Variabel *Product*

Dari deskripsi data pada variabel *product* dengan ketiga indikatornya yaitu pemenuhan produk jasa yang ditawarkan, ketepatan waktu, dan kualitas produk jasa menghasilkan nilai presentasi jawaban responden setuju dengan rata-rata sebesar 90.46%. Hal ini menunjukkan bahwa PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah memberikan pelayanan dalam bentuk jasa keagenan kapal yang memenuhi kebutuhan kapal, sudah tepat waktu dan sangat memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mengunggulkan kualitas pelayanan dalam menyelesaikan tugas sebagai agen kapal dan merespon dengan cepat masalah-masalah yang terjadi selama di lapangan.

Pemecahan masalah untuk pengaruh produk pelayanan jasa keagenan terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal adalah perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan keagenan kapal kepada pelanggan dengan memperhatikan kebutuhan kapal selama singgah di pelabuhan. Dimulai dari memonitor jadwal kedatangan dan jadwal keberangkatan kapal sehingga kegiatan operasional kapal dapat

diselesaikan tepat waktu berdasarkan prosedur di pelabuhan tersebut. Selanjutnya perusahaan memenuhi kebutuhan baik kapal maupun kru di atas kapal, serta perusahaan mengoptimalkan pengurusan dokumen keberangkatan kapal di kesyahbandaran agar dokumen dapat selesai tepat waktu sesuai permintaan pelanggan. Menjaga komunikasi yang baik kepada pelanggan sangat diperlukan agar perusahaan agen dapat memberikan pelayanan yang maksimal sesuai keinginan dan harapan dari pelanggan.

b. Variabel *Place*

Dari deskripsi data pada variabel *place* dengan ketiga indikatornya yaitu penempatan rute, tempat yang strategis, dan akses transportasi menghasilkan nilai presentasi jawaban responden setuju dengan rata-rata sebesar 94.4%. Hal ini menunjukkan bahwa PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menempatkan pelayanan keagenannya pada pelayaran domestik, lokasi perusahaan sudah strategis dan akses transportasi untuk menuju ke perusahaan sudah terjangkau oleh transportasi umum.

Pemecahan masalah untuk perusahaan yang menempatkan pelayanan keagenannya pada pelayaran domestik, yakni perusahaan memperluas penempatan pelayanan keagenannya pada pelayaran luar negeri atau internasional guna menambah pelanggan keagenan kapal yang diageni. Perluasan cakupan pelayanan keagenan kapal oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan atau kapal yang diageni oleh perusahaan dan mampu memberikan pemasukan yang besar untuk perusahaan.

c. Variabel *Promotion*

Dari deskripsi data pada variabel *promotion* dengan ketiga indikatornya yaitu informasi perusahaan dan promosi perusahaan menghasilkan nilai presentasi jawaban responden setuju dengan rata-rata sebesar 84.55%. Hal ini menunjukkan bahwa PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak memberikan informasi pelayanan produk dan jasa melalui media mulut ke mulut dan promosi perusahaan dilaksanakan oleh kepala cabang.

Dari hasil kuesioner dengan responden menyatakan bahwa keagenan kapal PT Transuta Linta Samudera Cabang Merak belum menyiapkan website resmi yang berisikan informasi perusahaan baik dari profil perusahaan, pelayanan jasa yang diberikan, dan juga prosedur menggunakan jasa keagenan dari perusahaan tersebut. Perusahaan membuat brosur dan media periklanan di media sosial maupun di youtube sebagai media untuk memudahkan perusahaan menawarkan jasa keagenannya kepada pelanggan. Perusahaan menambah strategi pemasaran khususnya dalam bidang promosi perusahaan dengan menambah tenaga kerja yang kompeten pada bidang pemasaran agar pemasaran perusahaan dapat dilakukan secara maksimal. Perusahaan mengikuti di setiap kegiatan seminar maupun kegiatan perkumpulan seluruh keagenan kapal setempat guna menambah wawasan dan relasi dengan para agen untuk mempelajari strategi pemasaran yang mendukung untuk menambah pelanggan.

d. Variabel *Price*

Dari deskripsi data pada variabel *price* dengan ketiga indikatornya yaitu informasi perusahaan dan promosi perusahaan menghasilkan nilai presentasi jawaban responden setuju dengan rata-rata sebesar 95.2%. Hal ini menunjukkan bahwa PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah menawarkan biaya keagenan sesuai dengan kualitas pelayanan kegiatan kapal dan telah disepakati oleh pihak pelanggan.

Perusahaan memberikan transparansi harga yang bisa dipaparkan dengan pembutan *price list* atau daftar harga yang ditawarkan oleh perusahaan untuk keagenan kapal. Selanjutnya daftar harga tersebut dapat dikirimkan kepada calon pelanggan yang meminta informasi perihal biaya keagenan kapal ke perusahaan tersebut. Dan dengan perusahaan mengadakan potongan harga atau pemberian diskon untuk menarik minat pelanggan menggunakan jasa keagenan kapal dari perusahaan.

2. Analisa hasil kuesioner dengan variabel terikatnya adalah Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal.

Dari deskripsi data pada variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal dengan ketiga indikatornya yaitu kepuasan pelanggan, penetapan bauran pemasaran, dan menjaga komunikasi dengan pelanggan menghasilkan nilai presentasi jawaban responden setuju dengan rata-rata sebesar 98.4%. Hal ini menunjukkan bahwa PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah menawarkan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan menerapkan bauran pemasaran dan menjaga komunikasi dengan pelanggan tetap.

Perusahaan tidak hanya menjaga komunikasi dengan pelanggan tetap tetapi juga memahami keinginan pelanggan seperti memahami produk pelayanan apa saja yang sering diminta oleh pelanggan agar pelanggan kembali menggunakan jasa keagenan. Perusahaan mencari relasi untuk mendapatkan pelanggan baru. Dan juga dengan mengoptimalkan strategi berdasarkan bauran pemasaran yang ada dengan mempertahankan kekuatan perusahaan dan memperbaiki kekurangan perusahaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara bauran pemasaran 4P yang terdiri dari *product*, *place*, *promotion* dan *price* terhadap kepuasan menggunakan keagenan kapal PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan dengan analisis kuantitatif, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hubungan bauran pemasaran (Variabel *Product* /  $X_1$ , Variabel *Place* /  $X_2$ , Variabel *Promotion* /  $X_3$ , Variabel *Price* /  $X_4$ ) terhadap Variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) adalah :
  - a. Hubungan *product* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki hubungan positif yang “kuat”.
  - b. Hubungan *place* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki hubungan positif yang “sedang”.
  - c. Hubungan *promotion* ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki hubungan positif yang “sedang”.
  - d. Hubungan *price* ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki hubungan positif yang “sedang”.

2. Pengaruh bauran pemasaran (Variabel *Product* /  $X_1$ , Variabel *Place* /  $X_2$ , Variabel *Promotion* /  $X_3$ , Variabel *Price* /  $X_4$ ) terhadap Variabel Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) adalah :
  - a. Pengaruh *product* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.
  - b. Pengaruh *place* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.
  - c. Pengaruh *promotion* ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.
  - d. Pengaruh *price* ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Menggunakan Keagenan Kapal (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.

## **B. SARAN**

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan manfaat yang berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan kepada PT Transuta Lintas Samudera cabang Merak setelah meneliti masalah dalam penelitian ini antara lain :

- 1) Metode promosi yang dilakukan perusahaan dinilai kurang mendukung dalam proses pemasaran perusahaan kepada pelanggan. Untuk itu perusahaan dapat mengatur strategi pemasarannya untuk meningkatkan promosi perusahaan kepada pengguna jasa keagenan kapal. Dan tentunya dibutuhkan penambahan SDM yang kompeten dalam bidang pemasaran dan bisa membuat media promosi baik dengan media cetak maupun media sosial.
- 2) Dari segi penempatan cakupan pelayanan keagenan yang hanya di fokuskan kepada pelayaran domestik. Dalam hal ini perusahaan dapat memperluas cakupan pelayanan keagenan kapal kepada pelayaran yang lebih luas atau ke pelayaran Internasional. Hal ini diharapkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa keagenan kapal di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak mengalami peningkatan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ali, 2010. pemasaran. jkt: alfabet.

Alma, B., 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Arianto, T., 2008. Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva, dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Jurnal Keuangan dan Perbankan. Malang: Universitas Mereka Malang.

Arikunto, S., 2010. Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Bin Aksara.

Arikunto, S., 2012. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Christanto, E., 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perusahaan Di Dalam Pengadopsian CPA. Semarang: Universitas Katolik Soegijaprananta.

Devina & Andreani, 2009. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembeli di Susan Spa & Resort Bandung. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Devina, F. & Andreani, F., 2006. Pengaruh Marketing Mix Terhadap keputusan Pembelian Di Susan SPA AND RESORT Bandung. Surabaya: Univeritas Kristen Petra Surabaya .

Fakih, M., 1996. Menggeser Konsepsi Gender dan Transformasi Sosial. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Ghozali, I., 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kasmir, 2005. Pemasaran Jasa. Jakarta: Graya Grafindo Persada.

Kosasih, E. S., 2007. Manajemen Perusahaan Pelayaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pers.

Kotler, P. & Armstrong, G., 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran. 3 ed. Jakarta: Erlangga.



- Nembah, G. F. H., 2015. Manajemen Pemasaran. Bandung: Yrama Widya.
- Olson, J. & Peter, P., 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. 9 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Rakhmat, K., 2006. Teknik Praktis Riset komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santoso, B., 2015. Keagenan (agency). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sepang, Agnes, Ligia & Mananeke, 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suharno & Retnoningsih, 2006. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Semarang: Widya Karya.
- Sujarweni, V. W., 2014. Metode Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W., 2014. Metode Penelitian : Lengkap, praktis dan mudah dipahami. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Suryabrata, S., 2004. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwarno, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa Perusahaan Pelayaran. Semarang: BP UNDIP.
- Tjiptono, F., 2008. Strategi Pemasaran. III ed. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- UU RI, 2008. Pelayaran.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Pernyataan Kuesioner

[illegible]

1	Informasi produk dan layanan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak hanya menggunakan media mulut ke mulut.					
2	Promosi yang dilakukan oleh PT. Transuta Lintas Samudera cabang Merak hanya dilaksanakan oleh kepala cabang					
<b>Harga</b>						
1	Harga yang tersedia pada PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah sangat jelas penetapannya dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.					
2	Harga yang ditawarkan kepada pengguna jasa sesuai dengan kegiatan kapal selama di pelabuhan mengacu pada biaya-biaya operasional yang dikeluarkan.					
3	Biaya-biaya yang ditawarkan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak sudah sesuai dengan kesepakatan antara owner dan pihak perusahaan agen.					
<b>Kepuasan Pelanggan</b>						
1	Pengguna jasa sudah sangat puas dengan jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.					
2	PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan menambah pelanggan baru dengan memperluas relasinya dengan perusahaan lain.					
3	PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak menjaga komunikasi dengan pelanggan tetap agar pelanggan tersebut merekomendasikan perusahaan/mitra lainnya untuk menggunakan jasa pelayanan di PT Transuta Lintas Samudera Cabang Merak.					

## Lampiran 2

### Rekapan Jawaban Responden

[illegible]

23	R 23	25	Masinis IV	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
24	R 24	32	Bosun	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
25	R 25	25	Masinis IV	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4
26	R 26	55	Masinis I	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4
27	R 27	32	Mualim II	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
28	R 28	52	Juru Masak	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
29	R 29	34	Elect	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
30	R 30	32	Juru Mudi	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
31	R 31	26	Juru Mudi	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
32	R 32	25	Masinis II	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
33	R 33	28	Kelasi	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
34	R 34	30	Mualim II	4	3	4	3	5	5	3	3	4	5	3	4	4	4
35	R 35	28	Juru Minyak	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
36	R 36	28	Masinis III	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
37	R 37	27	Mualim III	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4
38	R 38	39	Msinis II	3	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
39	R 39	43	Bosun	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
40	R 40	26	Mualim II	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
41	R 41	46	Mualim III	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
42	R 42	49	Mualim I	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5

Lampiran 3  
Tabel R, tabel T dan tabel F

Besaran R tabel

df =(n-2)	Tingkat Signifikansi untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
.	.	.	.	.	.
39	0.2605	0.3081	0.3578	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791

Nilai r tabel (df)n-2 = (df) 40 = 0.304

Besaran t tabel

$\alpha$ untuk Uji Satu Pihak ( <i>one tail test</i> )						
dk	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
	$\alpha$ untuk Uji Dua Pihak ( <i>two tail test</i> )					
	0.50	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01
1	1.000	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	0.816	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925

3	0.765	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	0.741	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
.	.	.	.	.	.	.
40	0.681	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
$\infty$	0.674	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576

T tabel (dk) 5%  $n-2 = (dk) 5\% ; 40 = 2.021$

Besaran F tabel

df (N2)	df (N1)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13

$df_1 = k - 1 = 5 - 1 = 4$  dan  $df_2 = n - k = 42 - 5 = 37$ , didapat nilai t tabel sebesar 2.86

Lampiran 4

Perhitungan Frekuensi Variabel Kuesioner menggunakan program SPSS versi 25

Frequencies TOTAL_X					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	39	1	2.4	2.4	2.4
	40	3	7.1	7.1	9.5
	41	1	2.4	2.4	11.9
	42	2	4.8	4.8	16.7
	43	6	14.3	14.3	31.0
	44	13	31.0	31.0	61.9
	45	4	9.5	9.5	71.4
	46	3	7.1	7.1	78.6
	47	2	4.8	4.8	83.3
	48	4	9.5	9.5	92.9
	49	1	2.4	2.4	95.2
	51	1	2.4	2.4	97.6
	54	1	2.4	2.4	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Total_Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	4	9.5	9.5	9.5
	10	1	2.4	2.4	11.9
	11	7	16.7	16.7	28.6
	12	19	45.2	45.2	73.8
	13	6	14.3	14.3	88.1
	14	5	11.9	11.9	100.0
	Total	42	100.0	100.0	



Lampiran 5

Perhitungan Korelasi Variabel Kuesioner menggunakan program SPSS versi 25

**Correlations**

		P1	P2	P3	PRODUCT
P1	Pearson Correlation	1	.298	-.080	.658**
	Sig. (2-tailed)		.055	.617	.000
	N	42	42	42	42
P2	Pearson Correlation	.298	1	.262	.791**
	Sig. (2-tailed)	.055		.093	.000
	N	42	42	42	42
P3	Pearson Correlation	-.080	.262	1	.536**
	Sig. (2-tailed)	.617	.093		.000
	N	42	42	42	42
PRODUCT	Pearson Correlation	.658**	.791**	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	42	42	42	42
P4	Pearson Correlation	.290	.416**	.304	.505**
	Sig. (2-tailed)	.063	.006	.051	.001
	N	42	42	42	42
P5	Pearson Correlation	.249	.373*	.335*	.475**
	Sig. (2-tailed)	.111	.015	.030	.001
	N	42	42	42	42
P6	Pearson Correlation	.012	.038	.131	.084
	Sig. (2-tailed)	.940	.812	.408	.597
	N	42	42	42	42
PLACE	Pearson Correlation	.234	.353*	.336*	.457**
	Sig. (2-tailed)	.135	.022	.030	.002
	N	42	42	42	42
P7	Pearson Correlation	.132	.498**	-.016	.320*
	Sig. (2-tailed)	.405	.001	.922	.039
	N	42	42	42	42
P8	Pearson Correlation	.177	.492**	.150	.415**
	Sig. (2-tailed)	.262	.001	.342	.006
	N	42	42	42	42
PROMOTION	Pearson Correlation	.179	.567**	.085	.426**
	Sig. (2-tailed)	.256	.000	.591	.005
	N	42	42	42	42
P9	Pearson Correlation	.367*	.188	-.109	.247

	Sig. (2-tailed)	.017	.233	.493	.115
	N	42	42	42	42
P10	Pearson Correlation	.004	.128	.339*	.218
	Sig. (2-tailed)	.980	.421	.028	.165
	N	42	42	42	42
P11	Pearson Correlation	-.107	.054	.277	.093
	Sig. (2-tailed)	.500	.732	.076	.557
	N	42	42	42	42
PRICE	Pearson Correlation	.089	.172	.288	.264
	Sig. (2-tailed)	.576	.275	.065	.091
	N	42	42	42	42

P4	P5	P6	PLACE	P7	P8	PROMOTION
.290	.249	.012	.234	.132	.177	.179
.063	.111	.940	.135	.405	.262	.256
42	42	42	42	42	42	42
.416**	.373*	.038	.353*	.498**	.492**	.567**
.006	.015	.812	.022	.001	.001	.000
42	42	42	42	42	42	42
.304	.335*	.131	.336*	-.016	.150	.085
.051	.030	.408	.030	.922	.342	.591
42	42	42	42	42	42	42
.505**	.475**	.084	.457**	.320*	.415**	.426**
.001	.001	.597	.002	.039	.006	.005
42	42	42	42	42	42	42
1	.348*	.017	.570**	.060	.143	.120
	.024	.916	.000	.708	.368	.450
42	42	42	42	42	42	42
.348*	1	.633**	.891**	.077	.243	.191
.024		.000	.000	.628	.121	.225
42	42	42	42	42	42	42
.017	.633**	1	.771**	.070	.133	.119
.916	.000		.000	.659	.402	.451
42	42	42	42	42	42	42
.570**	.891**	.771**	1	.092	.230	.191
.000	.000	.000		.561	.143	.225
42	42	42	42	42	42	42
.060	.077	.070	.092	1	.520**	.847**
.708	.628	.659	.561		.000	.000

42	42	42	42	42	42	42
.143	.243	.133	.230	.520**	1	.895**
.368	.121	.402	.143	.000		.000
42	42	42	42	42	42	42
.120	.191	.119	.191	.847**	.895**	1
.450	.225	.451	.225	.000	.000	
42	42	42	42	42	42	42
.222	.314*	.286	.368*	.211	.422**	.373*
.158	.043	.066	.017	.180	.005	.015
42	42	42	42	42	42	42
-.113	.292	.266	.212	.219	.269	.282
.477	.061	.088	.178	.163	.085	.070
42	42	42	42	42	42	42
.255	.125	.199	.256	.040	.026	.037
.103	.431	.206	.102	.799	.873	.816
42	42	42	42	42	42	42
.183	.347*	.366*	.405**	.219	.321*	.315*
.245	.024	.017	.008	.163	.038	.042
42	42	42	42	42	42	42

### Correlations

P9	P10		
.367*	.004	-.107	.089
.017	.980	.500	.576
42	42	42	42
.188	.128	.054	.172
.233	.421	.732	.275
42	42	42	42
-.109	.339*	.277	.288
.493	.028	.076	.065
42	42	42	42
.247	.218	.093	.264
.115	.165	.557	.091
42	42	42	42
.222	-.113	.255	.183
.158	.477	.103	.245
42	42	42	42
.314*	.292	.125	.347*
.043	.061	.431	.024
42	42	42	42

.286	.266	.199	.366*
.066	.088	.206	.017
42	42	42	42
.368*	.212	.256	.405**
.017	.178	.102	.008
42	42	42	42
.211	.219	.040	.219
.180	.163	.799	.163
42	42	42	42
.422**	.269	.026	.321*
.005	.085	.873	.038
42	42	42	42
.373*	.282	.037	.315*
.015	.070	.816	.042
42	42	42	42
1	.179	-.047	.469**
	.256	.767	.002
42	42	42	42
.179	1	.326*	.764**
.256		.035	.000
42	42	42	42
-.047	.326*	1	.729**
.767	.035		.000
42	42	42	42
.469**	.764**	.729**	1
.002	.000	.000	
42	42	42	42

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	KEPUASA N
Y1	Pearson Correlation	1	.428**	.475**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.000
	N	42	42	42	42
Y2	Pearson Correlation	.428**	1	.428**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.005		.005	.000
	N	42	42	42	42

Y3	Pearson Correlation	.475**	.428**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005		.000
	N	42	42	42	42
KEPUASA N	Pearson Correlation	.792**	.795**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	42	42	42	42

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations				
		PRODUC T	PLACE	PROMOTIO N	PRICE	KEPUASA N
PRODUCT	Pearson Correlation	1	.457**	.426**	.264	.660**
	Sig. (2-tailed)		.002	.005	.091	.000
	N	42	42	42	42	42
PLACE	Pearson Correlation	.457**	1	.191	.405**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.002		.225	.008	.001
	N	42	42	42	42	42
PROMOTIO N	Pearson Correlation	.426**	.191	1	.315*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.005	.225		.042	.000
	N	42	42	42	42	42
PRICE	Pearson Correlation	.264	.405**	.315*	1	.484**
	Sig. (2-tailed)	.091	.008	.042		.001
	N	42	42	42	42	42
KEPUASAN	Pearson Correlation	.660**	.483**	.541**	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	
	N	42	42	42	42	42

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 6

Perhitungan Reliabilitas Variabel Kuesioner menggunakan program SPSS versi 25

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	42	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	42	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	14

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	53.57	12.251	.321	.815
P2	53.62	11.461	.554	.793
P3	53.48	12.597	.327	.811
P4	53.57	12.690	.365	.808
P5	53.52	11.816	.599	.790
P6	53.52	12.499	.338	.811
P7	53.79	12.611	.417	.804
P8	53.76	12.039	.497	.798
P9	53.60	12.783	.435	.804
P10	53.50	12.598	.393	.806
P11	53.60	13.027	.198	.821
Y1	53.45	12.010	.628	.790
Y2	53.55	12.010	.562	.794
Y3	53.45	11.912	.664	.788

## Lampiran 7

Perhitungan Regresi Variabel Kuesioner menggunakan program SPSS versi 25

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PRODUCT <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.421	.805

a. Predictors: (Constant), PRODUCT

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PLACE <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 <sup>a</sup>	.233	.214	.938

a. Predictors: (Constant), PLACE

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PROMOTIO N <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 <sup>a</sup>	.293	.275	.901

a. Predictors: (Constant), PROMOTION

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PRICE <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 <sup>a</sup>	.234	.215	.937

a. Predictors: (Constant), PRICE

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Price, Product, Promotion, Place <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.558	.703

a. Predictors: (Constant), Price, Product, Promotion, Place



Lampiran 8

Perhitungan Hipotesis Variabel Kuesioner menggunakan program SPSS versi 25

**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.969	1	19.969	30.798	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.936	40	.648		
	Total	45.905	41			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), PRODUCT

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.219	1.339		3.898	.000
	PRODUC T	.597	.107	.660	5.550	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.713	1	10.713	12.177	.001 <sup>b</sup>
	Residual	35.191	40	.880		
	Total	45.905	41			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), PLACE

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.878	1.651		4.165	.000
	PLACE	.461	.132	.483	3.490	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.429	1	13.429	16.541	.000 <sup>b</sup>
	Residual	32.476	40	.812		
	Total	45.905	41			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), PROMOTION

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.178	1.345		5.336	.000
	PROMOTION	.695	.171	.541	4.067	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.754	1	10.754	12.238	.001 <sup>b</sup>
	Residual	35.150	40	.879		
	Total	45.905	41			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), PRICE

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.646	1.998		2.825	.007
	PRICE	.563	.161	.484	3.498	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.601	4	6.900	13.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	18.303	37	.495		
	Total	45.905	41			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Price, Product, Promotion, Place

Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.199	1.784		.112	.912
	Product	.380	.115	.420	3.316	.002
	Place	.141	.119	.148	1.188	.243
	Promotion	.335	.152	.261	2.205	.034
	Price	.269	.137	.231	1.963	.057

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 9  
Dokumentasi Saat Melaksanakan Praktik Darat di PT Transuta Lintas Samudera  
Cabang Merak

