

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN SANDAR KAPAL PADA
PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO)
REGIONAL 2 PANJANG**

(Laporan Akhir)



Oleh

**Celi Widya Ayu Ningrum
2001071026**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III
MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SANDAR KAPAL PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL 2 PANJANG

Oleh

Celi Widya Ayu Ningrum

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang dengan mengamati kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan data primer dan sekunder. Dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap pihak yang terlibat selama pkl di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Kualitas pelayanan yang digunakan untuk melihat dan mengukur 5 dimensi kualitas pelayanan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Pada dimensi *tangible* (berwujud) semuanya baik. Pada dimensi *emphaty* (empati) memperhatikan hasil yang positif. Pada dimensi *reliability* (kehandalan) semuanya cukup baik tetapi ada yang kurang baik yaitu ketersediaannya kapal pandu sesuai dengan jadwal pelayanan yang telah ditetapkan, pada dimensi *responsiveness* (ketanggapan) hasil baik dibuktikan dengan kemudahan penyampaian keluhan kritik atau saran. Kemudian pada dimensi *assurance* (jaminan) menunjukkan hal yang baik.

Kata Kunci: Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Sandar Kapal PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN SANDAR KAPAL PADA
PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO)
REGIONAL 2 PANJANG**

Laporan Akhir

Oleh

Celi Widya Ayu Ningrum
2001071026

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III
MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Laporan Akhir

**: ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
SANDAR KAPAL PADA PT PELABUHAN
INDONESIA (PERSERO) REGIONAL 2
PANJANG**

Nama Mahasiswa

: Celi Widya Ayu Ningrum

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2001071026

Program Studi

: DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

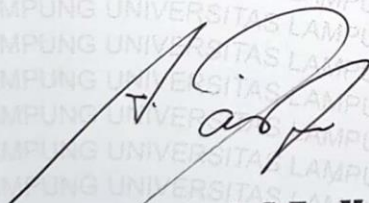
: Ekonomi dan Bisnis

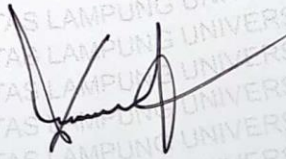
MENYETUJUI

Pembimbing Laporan Akhir

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran

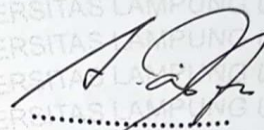

Ahmad Faisol, S.E., M.M.
NIP 19791231 200604 1 004


Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si.
NIP 19810126 200801 2 011

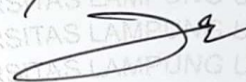
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

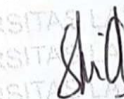
Ketua Penguji : **Ahmad Faisol, S.E., M.M.**



Penguji Utama : **Yuningsih, S.E., M.Si.**



Sekretaris : **Lidya Ayuni Putri, S.Pd., M.Hum.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Laporan Akhir : **15 Desember 2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celi Widya Ayu Ningrum
NPM : 2001071026
Prodi : DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Menyatakan bahwa laporan akhir yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SANDAR KAPAL PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL 2 PANJANG”**

Adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 30 November 2023
Yang Memberi Pernyataan,



Celi Widya Ayu Ningrum
NPM. 2001071026

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Celi Widya Ayu Ningrum lahir di Bandar Lampung pada tanggal 17 juli 2002, merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Alm. Suharli Basri dan Ibu Widawati. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK Karunia Ceria Bandar Lampung pada tahun 2007. Kemudian pada tahun 2008 penulis melanjutkan sekolah dasar di SD Negeri 1 Sukabumi Indah Bandar Lampung. hingga 2014 Penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Perintis 2 Bandar Lampung pada tahun 2017. Kemudian penulis pada tahun 2017 melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 10 Bandar Lampung sampai tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulis sangat aktif dalam ekstrakurikuler tari tradisional pada sekolah SMP dan pada SMA penulis diberi kepercayaan untuk menjadi ketua dan pengurus seni ekskul seni tari. Hingga saat ini penulis aktif dalam organisasi dibidang seni tari di Sanggar Mulidahayu dan Sanggar Nuvusa Etnika. Pada tahun 2023 penulis mengikuti program PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Selama masa perkuliahan, penulis pernah mengikuti organisasi HMJ. Sejak 2018 penulis sedang menjalani wirausaha yaitu jasa rias dan kacamata.

MOTTO

Jangan pernah lelah untuk mengingatkan ke diri sendiri,
Tuhan tidak akan membawa kamu sejauh ini hanya untuk gagal.

~ Celi Widya Ayu Ningrum ~

PERSEMBAHAN

Penulis Persembahkan Laporan Akhir Ini Kepada:

Kepada Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, yang senantiasa menuntun langkah-langkah saya dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Kedua Orang tua ku, Papa tersayang Alm. Suharli Basri dan Mama Widawati yang ku cintai dan ku banggakan. Terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang dan doa nya pengorbananmu tidak akan bisa terbayarkan. Thank you so much pah bahagia di surgamu, love you more mom.

Kakak, Ayuk dan Keponakan ku yang kusayangi kucintai dan ku banggakan. Terima kasih atas doa, dukungan dan motivasi kalian selama ini yang selalu memberikan semangat untuk keberhasilan mengerjakan laporan akhir ini.

Keluarga besarku yang terus memberikan doa dan semangatnya.

Teman-teman, sahabat, dan calon yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat untukku.

Seluruh dosen yang telah membimbing, mengarahkan, dan membagikan ilmu nya demi masa depanku.

Almamater Tercintaku, Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat hidayah-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Laporan akhir ini dengan judul "**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Sandar Kapal Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang**" laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar diploma III manajemen pemasaran (A.Md.M) di Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa kehendak Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Nairobi, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.,Si Selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si. Selaku ketua program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang selalu membantu dalam proses perkuliahan.
5. Bapak Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A. Selaku Pembimbing Akademik.
6. Bapak Ahmad Faisol, S.E, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir yang memberikan bimbingan dan telah banyak meluangkan waktu, pemikiran dalam membimbing sampai selesainya laporan ini, Semoga Allah SWT selalu melindungi setiap langkah Bapak dan semoga selalu diberikan kesehatan.

7. Ibu Yuningsih, S.E., M.Si. Selaku Ketua Penguji, terima kasih telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya untuk meraih gelar A.Md.M semoga kalian sehat selalu dan dilimpahkan rezeki nya, amin Ya Robbal Alamin
8. Ibu Lidya Ayuni Putri, S.Pd., M.Hum. Selaku Sekretaris Penguji, terima kasih telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya semoga kalian sehat selalu dan dilimpahkan rezeki nya, amin Ya Robbal Alamin.
9. Ibu Atun Selaku Staf Sekretariat D3 Manajemen Pemasaran, terima kasih sudah direpotkan dalam hal administrasi perkuliahan, yang sabar-sabar ya Bu Atun menghadapi Mahasiswa-mahasiswa akhir. Semoga selalu sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
10. Seluruh pihak PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang terutama divisi komersial yang telah banyak memberikan bantuan dan pengetahuan kepada penulis selama praktek kerja lapangan.
11. Kedua orang tua ku, Papa Alm. suharli basri dan Mama widawati. Mama ku tersayang terima kasih masih telah bertahan untuk bersamaku hingga saat ini meskipun mama melakukan apapun sendiri tanpa adanya lagi papa, mama orang paling terkuat untuk melanjutkan semuanya sendiri celi sangat bangga dan bahagia dengan mama. Papaku tersayang jeri payahmu keringatmu lelahmu saat ingin melihat aku bahagia tak ada habisnya, engkau sosok ayah yang sangat hebat banyak mengajarkanku tentang kerendahan hati, selalu ingat dengan pencipta, saling menyayangi, mengajari menjadi orang yang kuat dan mandiri. Bagiku kasih sayang yang papa berikan tak terbalaskan dengan apapun. Celi sangat menyayangi papa celi sangat bahagia setiap papa memberitahu akan pulang kerja, celi selalu menunggu momen momen bersama dengan papa tetapi sekarang celi hanya bisa mengenang momen momen tersebut. tidak ada yang ingin celi ubah dari kehidupan ini celi sangat ikhlas untuk melihat papa bahagia bersama sang pencipta tetapi jika celi diberi kesempatan hal ini yg ingin celi katakan untuk terakhir kalinya untuk

papa " papa jangan sedih jangan khawatir celi di disini gak sendirian celi bersyukur selalu dikelilingi dengan orang orang baik jadi papa tenang di sana biar celi yang mencari kebahagiaan untuk celi". Terima kasih pa celi sangat mencintai papa celi yakin papa masih terus melihat celi bahagia sampai wisuda nanti.

12. Kakak Tiara, Ayuk Lovi dan juga keponakanku yang sangat menggemaskan Zumi, Zara, Zais, dan Zyan terima kasih sudah selalu menyayangi ku, mendukungku dan kebahagiaanku, aku berharap bisa bersama dengan kalian dengan waktu yang lebih lama.
13. Kepada teman spesialku Fajar terima kasih telah banyak membantu mengisi kekosongan peran ayah di hidupku perjalananku hingga saat ini banyak terbantu dengan bantuanmu. aku tidak bisa mengungkapkan semuanya dengan kata kata karena terlalu banyak kebaikanmu tetapi aku hanya ingin kita bahagia di jalan yang sama selanjutnya.
14. Sahabat kecilku Pia dan Pita seperjuangan dari bocah hingga dewasa kalian selalu menghiburku menyemangatiku dan membantuku terima kasih selalu bersamaku dengan memberikan kasih sayang tanpa adanya rasa tersaingi, jika kita bisa bertambah semakin besar maka sayangku ke kalian juga semakin besar. semangat dan sukses terus ya untuk kita jangan pernah ada kata musuhan.
15. Sahabat SMP ku *girls time* Ira, Ica, Wati, Mey, Gadis, dan Lusi terima kasih sudah bersama denganku hingga saat ini menjadi salah satu penyemangat bagi hidupku apa yang kita lewati hingga saat ini menjadi momen yang sangat bahagia untukku. Aku bersyukur bisa bertemu dan bersama dengan kalian karena tidak semua orang dapat kesempatan untuk merasakan tulusnya pertemanan seperti ini, semoga pertemanan kita bisa berjalan hingga tua nanti amin.
16. Sahabat SMA ku Giber Sirob, Asiffa, Haura, dan Tipeh terima kasih sudah bersamaku hingga saat ini selalu bisa menjadi tempat cerita berkeluh kesah, memberikan saran yang terbaik. Kalian juga salah satu sahabat yang membantu ku dalam kesulitan selama perkuliahan ini jika orang lain yg ingin

pergi silahkan tapi jangan kalian semoga kita lancar skripsian nya sampai bisa foto bareng bareng pake toga ya.

17. Teman seperjuangan pada saat kuliah Dila, Lusy, April, dan Tasya selama perkuliahan online ini bisa kita lalui bersama saling membantu saat mengerjakan tugas meskipun kita hanya diberi waktu offline hanya sebentar tapi aku masih sangat mengingat kebahagiaan saat kita sama sama saat kuliah, untuk tasya tasya harus tau kami sangat sayang dengan kamu kami sangat merasakan kehilangan, aca pergi dengan secepat ini tapi sesuai dengan keinginan aca aca gak mau sakit lagi jadi aca yang tenang ya disana kami disini bahagia telah menyelesaikan perkuliahan ini.
18. Teman-teman Sanggar Mulidahayu Bu Geby, Apirda, Dinda, Nabila, Tiara, Kia, dll. Terima kasih telah diberikan kesempatan untuk mengembangkan bakat yang ku punya aku bisa bebas berekspresi dengan mudah kalian sudah menjadi teman ataupun keluarga untukku. Aku tidak bisa berada di titik sekarang dan memiliki pengalaman yang luas tanpa adanya bantuan dari kalian menurutku hobi yang aku jalani ini menjadi rumah ke 2 untuk kebahagiaan ku sekali lagi terima kasih atas kerja kerasnya aku bangga pada kalian semua.
19. Seluruh teman PKL dan kakak-kakak dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang untuk Kak Tirta, Mba Feny, Kak Akbar, Kak Riski, Kak Habibi terima kasih sudah sangat menerimaku sebagai anak pkl di ruangan kalian saran dan bimbingan kalian sangat membantuku dalam penulisan laporan ini aku sangat senang karena bisa diterima dengan baik oleh kalian walaupun waktu pkl hanya sebentar tetapi sangat teringat setiap momen momennya hampir setiap hari selalu ada traktiran makanan. Dan untuk maulin teman sesama pkl semangat ya untuk perkuliahannya terima kasih sudah mau berteman dengan aku.
20. Seluruh teman teman DIII manajemen pemasaran angkatan 2020 terima kasih untuk kebaikannya selama perkuliahan ini saling membantu satu sama lain terutama untuk ketua kelas kita yang paling baik casrini terima kasih sudah mengatur kita hingga terakhir perkuliahan. Celi bener-bener seneng bisa

bertemu orang baik dan solid seperti kalian yang paling mengharukannya kita solid sampai mengantarkan salah satu teman kita ke tempat peristirahatan terakhirnya, semoga kita semua sukses dan aca bahagia di surga.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua. Akhir kata semoga Laporan ini bermanfaat bagi kelangsungan proses pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 30 November 2023
Penulis

Celi Widya Ayu Ningrum
NPM. 2001071026

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN JUDUL LAPORAN AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HAHALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
SANWACANA	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penulisan Laporan Akhir	4
1.4. Manfaat Penulisan Laporan Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.2. Kepuasan Pelanggan	7
2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	7
2.2.2. Indikator Kepuasan Pelanggan	7
2.2.3. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan	7
2.3. Jasa	8
2.3.1. Pengertian Jasa	8
2.3.2. Marketing Mix	9
2.4. Teori Kualitas Pelayanan	10
2.4.1. Pengertian Pelayanan	10
2.4.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	11

2.4.3. Dimensi Kualitas Layanan	11
2.5. <i>Shipping Agent</i>	12
2.6. Proses Pelayanan Sandar Kapal	13
2.7. Hubungan antara Proses Pelayanan Sandar Kapal dengan Kepuasan Pelanggan	16
BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN	18
3.1. Desain Penelitian	18
3.2. Jenis dan Sumber Data	18
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.4. Objek Kerja Praktek	21
3.4.1. Lokasi dan Waktu Kerja Praktek	21
3.4.2. Gambaran Umum Perusahaan	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1. Hasil Penelitian	26
4.1.1. Dimensi <i>Tangible</i> (Berwujud)	26
4.1.2. Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati).....	28
4.1.3. Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)	31
4.1.4. Dimensi <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan).....	32
4.1.5. Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	28
4.2. Pembahasan	34
4.2.1. Dimensi <i>Tangible</i> (Berwujud)	35
4.2.2. Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati).....	36
4.2.3. Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)	36
4.2.4. Dimensi <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan).....	38
4.2.5. Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1. Kesimpulan	40
5.2. Saran.....	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Expectancy Disconfirmation	11
Gambar 2.2. Proses Kapal Saat Labuh	14
Gambar 2.3. Proses Personel Pandu Naik Ke Kapal Shipping Agent.....	14
Gambar 2.4. Kapal Saat Tambat di Dermaga.....	15
Gambar 2.5. Proses Pemeriksaan Kapal oleh Otoritas Pelabuhan	15
Gambar 2.6. Proses Penyelesaian Dokumen Keberangkatan	16
Gambar 3.1. Peta Lokasi Perusahaan	21
Gambar 3.2. Logo PT Pelabuhan Indonesia (Persero)	22
Gambar 3.3. Struktur Organisasi	23

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Indeks Kepuasan Pelanggan pada Pelayanan Kapal di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang	25
Tabel 4.2. Kategori Indeks Kepuasan Pelanggan	34
Tabel 4.3. Tingkat Kepuasan Atribut Pelayanan <i>Shipping Agent</i> Dimensi Tangible (Berwujud)	35
Tabel 4.4. Tingkat Kepuasan Atribut Pelayanan <i>Shipping Agent</i> Dimensi Emphaty (Empati).....	36
Tabel 4.5. Tingkat Kepuasan Atribut Pelayanan <i>Shipping Agent</i> Dimensi Reliability (Kehandalan)	37
Tabel 4.6. Tingkat Kepuasan Atribut Pelayanan <i>Shipping Agent</i> Dimensi Responsiveness (Ketanggapan).....	38
Tabel 4.7. Tingkat Kepuasan Atribut Pelayanan <i>Shipping Agent</i> Dimensi Assurance (Jaminan dan Kepastian)	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar yang ada di dunia. Menurut Badan Informasi Geospasial Republik Indonesia ada sekitar 17.000 pulau yang tercatat, angka ini didapatkan dari penambahan 229 pulau hasil penelaahan pada 2021. Sebelumnya tercatat sebanyak 16.711 pulau yang tercatat di Gazeter Republik Indonesia yang diterbitkan tahun 2020. Indonesia juga memiliki letak ekonomis sehingga diperlukan sarana dan prasarana laut dengan baik yaitu kapal laut dan Pelabuhan.

Pelabuhan merupakan tempat peralihan antar moda transportasi darat dan laut yang peran sangat penting dalam menunjang perekonomian nasional maupun daerah. Pelabuhan merupakan hal yang penting karena pelabuhan berfungsi sebagai tempat kegiatan ekonomi dan kegiatan pelayanan seperti berlabuh, bertambatnya kapal laut, menaikkan dan menurunkan penumpang, bongkar muat barang dan lain-lain. Pelabuhan tidak hanya sebagai kegiatan antar pulau, tetapi juga digunakan sebagai media perdagangan ekspor impor. Pelabuhan memiliki peran yang penting bagi pertumbuhan industri dan perdagangan serta merupakan sektor usaha yang dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan negara.

Menurut Tjiptono (2015) kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan terpenuhi secara baik. Jika harapan konsumen terlalu tinggi sementara kualitas produk perusahaan dibawah harapan akan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas layanan memberikan suatu motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan penyedia jasa. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan

dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan meningkatkan pelayanan konsumen maka akan meningkat pula kepuasan konsumen. Pelayanan yang diberikan perusahaan tidak dapat terlepas dari pelanggan. Pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan produknya atau jasa dan merupakan orang yang melakukan interaksi langsung maupun tidak langsung kepada perusahaan.

Di Indonesia terdapat perusahaan di bidang jasa kepelabuhan di bawah Kementerian BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yaitu PT Pelabuhan Indonesia (Persero), perusahaan ini memiliki cabang salah satunya yang ada di Provinsi Lampung yaitu PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Provinsi Lampung memiliki potensi ekonomi yang besar karena merupakan wilayah strategis dengan akses laut yang luas dan berdekatan dengan pusat industri dan perdagangan di wilayah Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang memiliki tujuh unit bisnis yang terdiri dari tiga unit bisnis utama yaitu Pelabuhan, Logistik, dan Pengembangan Kawasan Industri, serta empat unit bisnis pendukung yaitu sumber daya manusia, teknologi informasi, hukum dan hubungan korporat, serta keuangan dan akuntansi.

Perkembangan industri kepelabuhanan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Namun, dengan persaingan yang semakin ketat, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang harus terus memperbarui strategi pemasaran mereka untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Oleh sebab itu PT Pelabuhan (Persero) Regional 2 Panjang akan terus memberikan kualitas pelayanan jasa yang berkualitas agar dapat menciptakan citra baik di mata konsumen. PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang lebih dominan pada jasa pelayanan kapal kargo yang dimiliki oleh *shipping anget*, dalam situasi ini pelayanan harus sesuai dengan sistem prosedur yang sudah ditetapkan seperti pelayanan jasa sandar kapal berupa pemanduan, penundaan, dan mooring.

Shipping agent merupakan perwakilan dari pemilik atau penyewa kapal untuk manajemen atau mengorganisir semua hal yang diperlukan di pelabuhan, Oleh sebab itu *shipping agent* menjadi pelanggan dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Regional 2 Panjang. Jaminan kualitas produk atau jasa menjadi prioritas utama bagi perusahaan, dan menjadi tolak ukur daya saing perusahaan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan diberikan ukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal., empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, reliabilitas (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan atau kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, dan jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan untuk menggunakan jasa yang diberikan.

PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang selalu berusaha untuk memperbaiki sistem prosedur dengan memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada konsumen, diharapkan konsumen akan merasa dihargai agar tidak merasa diabaikan haknya, akhirnya konsumen sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas. Oleh karenanya PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang terus melakukan pengukuran kepuasan konsumen dalam rangka perbaikan pelayanan kepada konsumen dan layanan konsumen sehingga setiap karyawan yang terkait dapat menindaklanjuti laporan konsumen secara cepat dan responsif tanpa diskriminasi.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kesiapan sarana dan prasarana. Namun pada kenyataannya, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang masih memiliki beberapa kekurangan dalam hal kualitas pelayanan prima kepada pelanggan, hal ini dapat diketahui dari hasil observasi lapangan yang peneliti lakukan melalui pengamatan proses kegiatan operasional pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Permasalahan yang muncul adalah mengenai masalah pelayanan sandar kapal. Pada dasarnya sebelum

memasuki area kolam pelabuhan, nahkoda kapal akan mengirimkan laporan kedatangan kapal kepada pihak-pihak terkait. Tetapi sering terjadi ketelatan pemanduaan sehingga kapal harus menunggu, hal ini terjadi karena banyaknya pergerakan dan kurangnya komunikasi antara petugas radio dan petugas pandu di lapangan. Mengakibatkan terjadinya antrian kapal dan penumpukkan kapal di area kolam pelabuhan yang membuat pelanggan tidak puas dengan pelayanannya.

Dengan adanya kritik dari pelanggan maka diperlukan aspek-aspek pelayanan untuk ditingkatkan dan ditindaklanjuti, sehingga perusahaan menjadi lebih efisien dalam memfokuskan sumber daya yang ada. Dengan adanya tindak lanjut terhadap hal-hal yang menurut pelanggan dianggap perlu diperbaiki, maka menjadi faktor penunjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin mengangkat permasalahan tersebut menjadi pokok permasalahan dalam penelitian yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SANDAR KAPAL PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL 2 PANJANG”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini ditujukan untuk dijadikan acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian secara benar, tepat, dan sesuai dengan prinsip-prinsip penelitian ilmiah. Perumusan ini diharapkan dapat mengetahui objek-objek yang akan diteliti, agar tujuan dan ruang lingkup penelitian terbatas serta terarah pada hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Agar memudahkan penulis dalam penelitian, maka permasalahan yang diajukan adalah bagaimana antrian kapal dan penumpukan kapal dapat terjadi di area kolam pelabuhan pada saat proses sandar kapal yang akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

1.3. Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Berdasarkan identifikasi masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya kualitas pelayanan sandar kapal terhadap kepuasan pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

1.4. Manfaat Penulisan Laporan Akhir

Penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Sandar Kapal Pada Pelabuhan PT Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang memiliki manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi akademi dan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang agar mengetahui pentingnya tentang ketetapan waktu pada pelayanan kedatangan kapal agar tidak terjadi antrian kapal.
2. Sebagai bahan referensi untuk PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang dalam meningkatkan pelayanan.
3. Sebagai perbandingan bagi penulis, apa yang didapat dari teori praktek di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan khususnya di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu upaya perusahaan untuk mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan manusia. Pemasaran mencakup berbagai kegiatan untuk dapat menyampaikan produk atau jasa kepada pelanggan diantaranya penentuan harga, produk, jasa sesuai keinginan pelanggan, kegiatan distribusi dan promosi. Untuk mengetahui lebih jelas tentang pengertian pemasaran, maka penulis mencoba melakukan berbagai rumusan pemasaran yang dikemukakan oleh ahli pemasaran.

Adapun berbagai rumusan pemasaran yang dikemukakan oleh ahli untuk mengetahui arti pemasaran lebih jelas seperti yang dikutip dibawah ini. Menurut Kotler dan Armstrong (1997) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut (Mariotti, 2003) memberikan pengertian bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah praktek memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, menemukan atau menciptakan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mengkomunikasikannya secara internal kepada perusahaan yang kemudian harus menciptakan dan mengirimkan produk dan layanan dan secara eksternal mengkomunikasikannya kembali kepada konsumen yang merupakan sasaran produk atau layanan sehingga mereka menyenangi produk dan layanan dan kemudian membelinya. Selanjutnya definisi pemasaran yang dikemukakan oleh (Jeff, 2001) Pemasaran dapat didefinisikan secara luas sebagai tindakan berbagai perusahaan untuk merencanakan dan melaksanakan rancangan produk, penentuan harga, distribusi dan promosi.

Dari kutipan di atas dapat diartikan bahwa jauh lebih luas pemasaran dari pada penjualan. Pemasaran juga mencakup kegiatan perusahaan dengan cara memulai

mengidentifikasi kebutuhan sehingga konsumen merasa menjadi puas, memutuskan produk yang hendak diproduksi, memberi harga yang sesuai, dan memastikan cara-cara promosi.

2.2. Kepuasan Pelanggan

2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, 1997) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang. CSI (*Customer Satisfaction Index*) merupakan salah satu alat ukur yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan, maka sebagai perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2.2.2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2015) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.2.3. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Menurut (Indrasari, 2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep *servqual* meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

3. Faktor Emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan, pelanggan akan sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat nilai uang yang tinggi.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.3. Jasa

2.3.1. Pengertian Jasa

Philip Kotler (2000) mengungkapkan pengertian jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Dan Jasa melibatkan interaksi langsung antara penyedia jasa dan pelanggan, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan, memberikan solusi, dan menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

Sementara itu (Lovelock and Wright, 2007) mengemukakan bahwa jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada lainnya dimana terdapat kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada

waktu dan tempat tertentu. Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang output hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik, yang umumnya dikonsumsi secara bersamaan pada saat jasa tersebut diberikan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat diketahui bahwa didalam sebuah pihak tersebut kadang tidak menyadari. Jasa juga bukan merupakan sebuah barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan.

2.3.2. Marketing Mix

Bauran pemasaran jasa menurut Kotler dan Fox dalam (Lupiyoadi, 2018) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik produk dari produk itu sendiri tetapi membeli benefit dan value dari produk tersebut yang disebut the offer.

2. *Price* (Harga)

Strategi penetapan harga sangat signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen dan mempengaruhi image produk. Kebijakan strategi dan taktik seperti tingkat harga, syarat pembayaran dan disjon menjadi pertimbangan konsumen memilih produk yang ditawarkan.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial. Metode-metode tersebut biasanya terdiri atas periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan Public relations sehingga untuk memperkenalkan dan menampakkan jasa itu sendiri. Tujuan komunikasi dalam jasa pendidikan adalah:

- a. Untuk melihat dan meningkatkan citra jasa itu sendiri
- b. Untuk menarik calon siswa
- c. Untuk mengoreksi informasi yang kurang akurat

4. *Place* (Tempat)

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

5. *Process* (Proses)

Proses produksi atau operasional merupakan faktor penting bagi konsumen. Pelanggan restoran misalnya sangat terpengaruh oleh staf melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi.

6. *People* (Orang)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang menangani langsung konsumen dalam aktivitas pemasaran pastinya sangat berpengaruh kepada kualitas jasa itu sendiri. Oleh sebab itu setiap organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan.

7. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi oleh konsumen.

2.4. Teori Kualitas Pelayanan

2.4.1. Pengertian Pelayanan

Menurut (Moenir, 2008) pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, panca indera dan anggota badan dengan atau tanpa alat gantinya yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

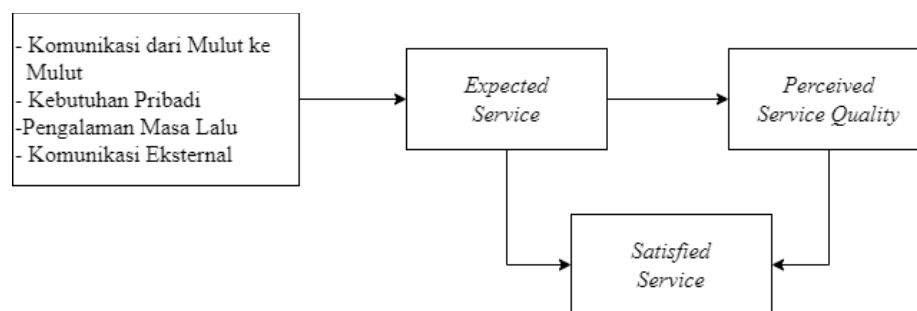
Menurut Moenir (2008) Agar pelayanan dapat memuaskan seseorang atau kelompok yang dilayani, maka pelaku yang bertugas melayani harus mampu memenuhi empat kriteria pokok, yaitu:

1. Tingkah laku yang sopan.

2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu menyampaikan yang tepat.
4. Ramah tamah.

2.4.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Menurut (Lupiyoadi, 2018) bahwa pengertian kualitas jasa atau pelayanan (*Service Quality*) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Yang membuat kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Salah satu pendekatan yang paling populer yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan adalah teori *The Expectancy Disconfirmation Model* dari Zeithaml (1990).



Gambar 2.1. *Model Expectancy Disconfirmation*
Sumber: Zeithaml (1990)

Teori ini menekankan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh suatu proses evaluasi pelanggan, dimana persepsi tersebut mengenai hasil suatu jasa atau jasa dibandingkan dengan standar yang diharapkan. Proses inilah yang disebut dengan proses diskonfirmasi.

2.4.3. Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan konsumen. Definisi tersebut menegaskan pada kelebihan dari tingkat kebutuhan konsumen sebagai inti dari kualitas jasa. kualitas layanan menjadikan tingkat keunggulan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Jika perlakuan yang diterima pelanggan

lebih baik ketimbang yang diharapkan maka hal tersebut dianggap merupakan pelayanan yang bermutu tinggi. Apabila perlakuan yang diterima pelanggan kurang dari yang diharapkan maka akan disebut pelayanan yang buruk.

Dalam serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) berhasil mengidentifikasi pokok kualitas jasa, kemudian pada penelitian selanjutnya (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1988) menemukan bahwa terjadinya tumpang-tindih di beberapa dimensi. Karena itu mereka menyederhanakan menjadi lima dimensi pokok, yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Empati (*Emphaty*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
3. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan and merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
5. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

2.5. Shipping Agent

Menurut (Musanto, 2004), Pelanggan (*Customer*) berbeda dengan konsumen (*Consumer*), seseorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha.

Dalam hal ini *Shipping Agent* adalah pelanggan dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. *Shipping Agent* merupakan perwakilan dari pemilik atau penyewa kapal untuk manajemen atau mengorganisir semua hal yang diperlukan. Tugas utama dari *shipping agent* adalah untuk memastikan semua kebutuhan pelayanan terhadap kargo menjadi terjamin. Oleh sebab itu, pihak *shipping agent* akan memastikan dengan benar segala hal yang berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

Pihak disini yaitu *agent* kapal. Tugas pokok keagenan kapal, yaitu memberikan pelayanan operasional kapal-kapal *principal*, memonitor perkembangan muatan, penanganan terhadap kapal dan muatannya, penyelesaian masalah *claim* sesuai dengan manual atas barang kurang atau muatan rusak.

2.6. Proses Pelayanan Sandar Kapal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian proses adalah tuntutan perubahan dalam perkembangan sesuatu yang dilakukan secara terus-menerus. Sandar adalah tumpuan atau betopang. Sedangkan pengertian kapal adalah kendaraan pengangkut penumpang dan barang di laut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa proses sandar kapal adalah suatu rangkaian atau tata cara urutan merapatkan kapal ke dermaga dengan maksud untuk melakukan aktivitas di dermaga seperti melakukan kegiatan mengisi bahan bakar untuk kapal, air bersih, dan bongkar muat. Dalam proses pelaksanaan pelayanan sandar kapal terdapat 5 tahapan yaitu:

1. Labuh (Kedatangan Kapal)

Kapal yang ingin bersandar di dermaga PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang dalam kurun waktu maksimal 60 menit sebelum memasuki area kolam pelabuhan, kru kapal wajib mengirimkan surat laporan kedatangan kapal kepada pihak-pihak terkait, kapal akan melakukan komunikasi radio untuk menjelaskan kedatangan kapal kepada stasiun pandu, Selanjutnya stasiun pandu akan memberikan informasi yang diperlukan kapal, kemudian memberikan koordinat untuk berlabuh dan melakukan penurunan jangkar terlebih dahulu, sampai menunggu kedatangan personel pandu datang ke atas kapal.



Gambar 2.2. Proses Kapal Saat Labuh

Sumber: news.republika.co.id

2. Pemanduan

Personel pandu akan menuju ke koordinat berlabuhnya kapal *shipping agent* menggunakan kapal pandu. Setelah mendapatkan informasi kapal yang akan bersandar pada waktu yang telah di tentukan kapal akan di pandu oleh personel pandu. Personel pandu membawa surat perintah tugas dan dokumen bukti pelayanan yang akan ditandatangani terlebih dahulu oleh nahkoda.



Gambar 2.3. Proses Personel Pandu Naik Ke Kapal *Shipping Agent*

Sumber: id.wikipedia.org

Proses pemanduan, penundaan, dan pengepilan. ketika personel pandu sudah naik di atas kapal dan sudah mulai bergerak meninggalkan area labuh jangkar. Setelah itu kapal akan menarik, mengandeng, mengawal, dan mengarahkan kapal *shipping agent* untuk berolah-gerak di alur pelayaran.

3. Tambat (Proses Penyandaran)

Setelah melewati alur pelayaran, tugas kapal pandu akan digantikan oleh kapal tunda untuk proses pendempetan kapal ke dermaga penyandaran yang dilakukan oleh kru kapal yang kemudian akan di bantu oleh tim *mooring* untuk mengikat tali kapal ke dermaga.



Gambar 2.4. Kapal Saat Tambat di Dermaga

Sumber: dabn.co.id

4. Persiapan Pemeriksaan

Setelah kapal sandar akan ada proses pemeriksaan yang dilakukan oleh pihak karantina, imigrasi, bea cukai dan otoritas pelabuhan naik ke kapal. Jika proses pemeriksaan dokumen oleh otoritas pelabuhan telah selesai maka bongkar muat bisa di mulai.



Gambar 2.5. Proses Pemeriksaan Kapal oleh Otoritas Pelabuhan

Sumber: ntt.kemenkumham.go.id

5. Penyelesaian Dokomen dan Persiapan Keberangkatan

Setelah selesai proses bongkar muat, pihak *agent* akan menyiapkan dokumen untuk keberangkatan kembali. Salah satu dokumen yang menjadi keputusan keberangkatan adalah dokumen *Port Clearance*. Tim *mooring* akan melepaskan tali kemudian akan di bantu oleh kapal tunda menuju ke kapal pandu, kapal pandu akan mengarahkan kembali ke koordinat awal kapal *shipping agent* berlabuh.



Gambar 2.6. Proses Penyelesaian Dokumen Keberangkatan

Sumber: beacukai.go.id

2.7. Hubungan antara Proses Pelayanan Sandar Kapal dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut (Gurning and Budiyanto 2007) pelayanan di pelabuhan dikategorikan pada kegiatan jasa karena dalam perusahaan pelabuhan terdapat beberapa kegiatan dan fungsi pelabuhan yaitu menunjang kelancaran, keamanan, ketertiban arus lalu lintas atau *traffic* (kapal, barang dan atau penumpang), menjaga keselamatan berlayar, tempat perpindahan antar moda dimana kegiatan-kegiatan tersebut tidak menghasilkan produk yang berwujud fisik. Oleh karena itu, untuk menilai kinerja pelabuhan harus didasarkan pada aspek kualitas jasa.

Jasa pelayanan pemanduan kapal merupakan pelayanan pertama dan terakhir yang diberikan, kepada kapal yang akan singgah di suatu pelabuhan. Oleh karena itu hal ini menjadi sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanannya Menurut Haryono dan Setiono (2013) masalah kelancaran, keamanan, keselamatan kapal yang dipandu adalah hal yang utama dalam pelaksanaan pemanduan kapal, karena akibat yang dapat ditimbulkan dari suatu kelalaian atas kegiatan pemanduan kapal dapat berpengaruh pada kelancaran lalu lintas kapal dalam pelabuhan, bahkan terhadap perairan dan lingkungannya.

Ada berbagai kemungkinan faktor yang dapat mempengaruhi cepat dan lambatnya waktu menunggu. Kemungkinan pertama adalah kecepatan dari kapal pandu itu sendiri. Kemungkinan kedua adalah kecepatan bongkar muat atau *berthing time* suatu kapal yang terlalu lama sehingga dermaga yang penuh mengakibatkan kapal harus mengantri.

Aspek penting di dermaga PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang yaitu bongkar muat kapal yang merupakan bagian dari proses labuh dan akan mempengaruhi kapal yang akan masuk atau keluar dari pelabuhan. Kerap kali dalam proses bongkar muat kapal mengalami keterlambatan yang disebabkan oleh banyak hal seperti *berthing time* yaitu proses tambat kapal hingga pelepasan kapal kembali dari pelabuhan. Antrian sandar kapal yang panjang menyebabkan beberapa hal diantaranya barang-barang yang diangkut tidak datang tepat waktu dan juga menambah biaya sandar kapal. Di dermaga PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang sering terjadi antrian atau penumpukan kapal sehingga diperlukannya pengaturan pemberitahuan kedatangan kapal sehingga terjadinya penjadwalan kapal masuk dan kapal keluar secara baik sehingga tidak akan lagi terjadinya penumpukan antrian kapal yang akan masuk ke dermaga.

Terdapat hubungan antara kesiapan alat dan prasarana dengan kepuasan pelanggan di pelabuhan. Semakin baik kesiapan alat dan prasarana yang disediakan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika kesiapan alat dan prasarana kurang memadai, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan dapat berdampak pada citra perusahaan di mata pelanggan.

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian terdahulu untuk menjawab kebutuhan dan tantangan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang maka dalam konteks penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa kesiapan alat dan prasarana selalu terjaga agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor seperti ketersediaan alat dan prasarana yang memadai, kualitas alat dan prasarana.

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy. J. Moleong, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Proses penelitian yang bertujuan untuk mengetahui fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang komprehensif dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata. Studi ini tidak menarik kesimpulan berdasarkan temuan, tetapi hanya menyajikan temuan secara rinci.

Penelitian kualitatif deskriptif dapat dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pemilihan sumber melalui sampling terarah. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut sebagaimana adanya. Studi deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sebagaimana adanya. Ada beberapa prinsip penelitian deskriptif kualitatif, sebagai berikut:

1. Data yang terkumpul harus akurat dan valid.
2. Melakukan penelitian dengan mengamati, menanya, dan mengumpulkan.
3. Data yang terkumpul harus dianalisis secara sistematis dan terstruktur
4. Hasil penelitian harus disajikan dalam bentuk cara yang jelas dan dapat dimengerti.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini dibutuhkan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner yang digunakan disusun berdasarkan variabel yang diteliti yaitu. *Performance* dalam pelayanan sandar kapal serta kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini,

wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kepuasan pelanggan terhadap kesiapan alat dan prasarana di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan yang terkait dengan ketanggapan dan prasarana serta kepuasan pelanggan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berupa pertanyaan dengan pilihan jawaban tertentu, skala penilaian, atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan tanggapan secara bebas. Kuesioner dapat disebarluaskan secara online, melalui email, atau secara langsung kepada responden, seperti pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

Kedua metode ini, kuesioner dan wawancara, dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer yang relevan dan mendalam tentang persepsi, pendapat, dan pengalaman pelanggan terkait kesiapan alat dan prasarana serta kepuasan mereka di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang, seperti penetapan waktu tambat dan surat kedatangan kapal. Selain itu, informasi sekunder juga diperoleh dari publikasi, laporan internal dan sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian seperti majalah, buku dan sumber internet digunakan sebagai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini akan bervariasi tergantung pada metodologi penelitian yang dipilih dan ketersediaan data yang relevan. Kombinasi dari data primer dan data sekunder dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan diverifikasi tentang pengaruh kesiapan alat dan prasarana terhadap kepuasan pelanggan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner populasi dan sampel

Kuesioner akan digunakan sebagai alat pengumpul data primer dari responden yang terdiri dari pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan (*shipping agent*) PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Untuk mengumpulkan data mengenai tanggapan dan kepuasan mereka terhadap proses sandar kapal. Dari data PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang mendapatkan total 113 responden yang terdiri dari 35 responden *shipping agent*, 11 responden Nahkoda, 35 responden petikemas, dan 32 responden non petikemas.

2. Wawancara

Wawancara akan digunakan untuk mendapatkan data primer yang lebih lengkap dan mendalam. Wawancara dapat dilakukan dengan pihak terkait di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang, seperti manajer, staf, pelanggan (*shipping agent*), dan kru kapal *shipping agent*. Wawancara ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkait proses sandar kapal.

3. Observasi

Observasi akan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses sandar kapal oleh PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Observasi ini akan dilakukan langsung di lokasi dan waktu yang telah ditentukan. Observasi yang dilakukan adalah melihat langsung sandar kapal di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang. Observasi ini melibatkan pengamatan langsung terhadap kualitas dan ketersediaan, kapal pandu tunda.

4. Studi Dokumen

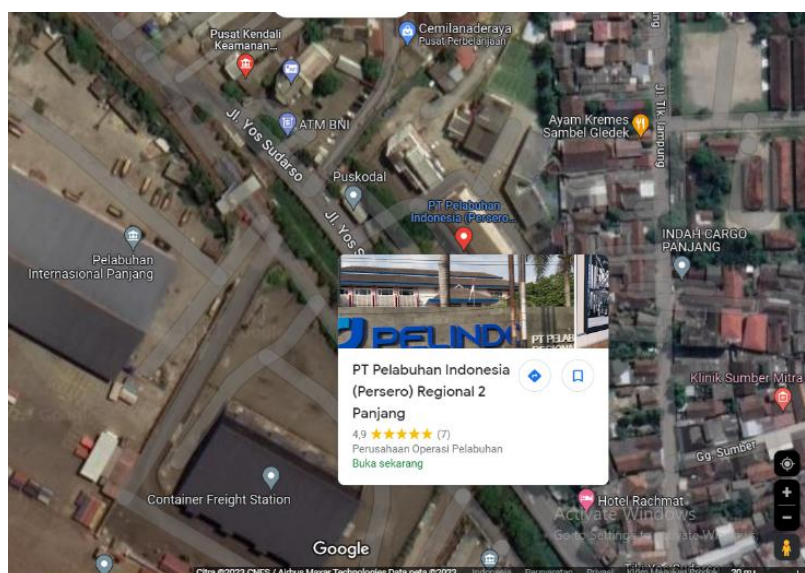
Dokumen-dokumen internal PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang, seperti laporan kinerja, dokumen terkait kegiatan operasional dan kualitas pelayanan pelanggan dapat menjadi sumber data sekunder. Dokumen ini dapat memberikan informasi tentang upaya yang telah dilakukan perusahaan terkait kualitas pelayanan proses sandar kapal serta kepuasan pelanggan. Dengan

menggunakan beberapa metode pengumpulan data di atas, diharapkan data yang diperoleh dapat menjadi lebih valid dan reliabel, serta dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam mengenai topik penelitian.

3.4. Objek Kerja Praktek

3.4.1. Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Pelaksanaan praktek kerja lapangan dalam konteks penelitian ini adalah PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Panjang, yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso No 17/46, Panjang Utara, Pidada, Kec. Panjang, Kota bandar Lampung.



Gambar 3.1. Peta Lokasi Perusahaan

Sumber: Google Maps

Jadwal kerja praktek lakukan dari tanggal 6 Januari 2023 hingga 10 Februari 2023. Adapun waktu kerja praktek tersebut dapat disesuaikan dengan kesepakatan antara mahasiswa dengan pihak PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Panjang Waktu kerja praktek disarankan adalah selama 40 hari penuh, yang dapat dilakukan pada periode libur semester atau cuti kuliah. Kerja praktek dilakukan dari hari senin sampai dengan jumat Jam kerja mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WIB.

3.4.2. Gambaran Umum Perusahaan

3.4.2.1. Profil Singkat Perusahaan

PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang bermula dari sebuah pelabuhan kecil yang ada di Teluk Betung di ujung Kota Bandar Lampung yang disinggahi oleh kapal-kapal kecil serta perahu layar yang mengangkat hasil perikanan, perkebunan, dan pertanian menuju luar daerah Provinsi Lampung atau sebaliknya. Dengan terjadinya peningkatan kegiatan pada abad ke XVII oleh Pemerintah Hindia Belanda, maka dibangun pelabuhan panjang yang dikenal dengan nama “*Oosthaven*”.



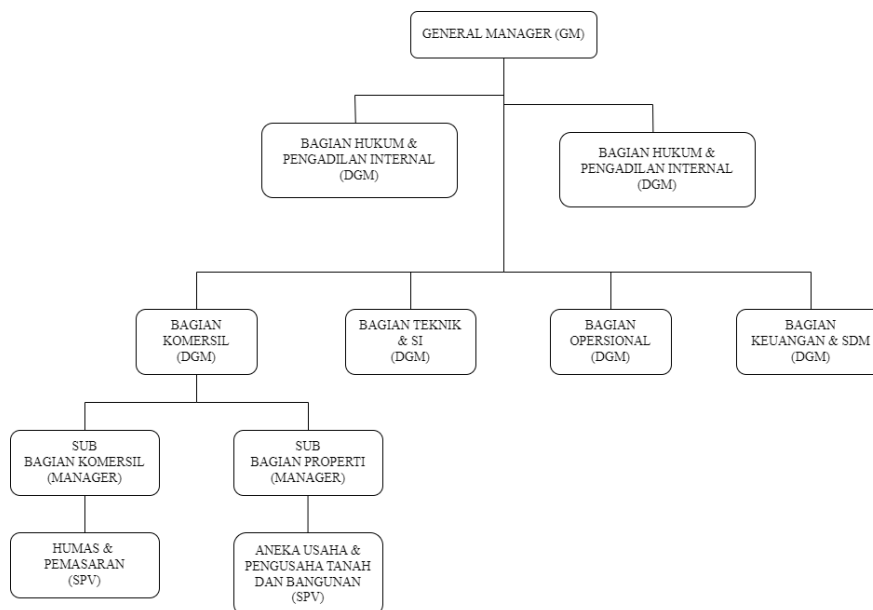
Gambar 3.2. Logo PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

Sumber: id.m.wikipedia.org

Pada pembangunan tahap pertama yaitu dermaga sepanjang 200 meter dengan menggunakan konstruksi caisson dengan kedalaman -7 LWS beserta satu unit gudang dengan luas kurang lebih $1000m^3$. Pelabuhan panjang saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi pelabuhan Samudera yang melayani pelayaran antar pulau dan antar negara. Pembangunan Pelabuhan Panjang dengan penambahan fasilitas dan peralatan, terus dilakukan secara bertahap sejalan dengan tuntutan permintaan pengguna jasa serta perkembangan perdagangan internasional dan khusus pelayanan peti kemas telah dilengkapi dengan peralatan serta fasilitasnya pada 5 September 1996 telah ditetapkan sebagai terminal peti kemas.

3.4.2.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang terdiri dari beberapa unit kerja yang saling terkait dan memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda. Berikut ini adalah struktur organisasi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang:



Gambar 3.3. Struktur Organisasi

Sumber: Humas PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang

Pelaksanaan praktek kerja lapangan dalam konteks penelitian di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Panjang ditempatkan di bagian sub komersil.

3.4.2.3. Visi dan Misi

Visi dan misi dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang adalah:

a. Visi

Menjadi mitra terpercaya yang dapat diandalkan, untuk memberikan pelayanan terbaik di pelabuhan dan logistik dengan menciptakan suatu perusahaan yang menarik bagi orang-orang dan memberikan kontribusi untuk pertumbuhan nasional.

b. Misi

- 1) Menjamin kualitas jasa kepelabuhanan dengan jaringan logistik prima untuk memenuhi harapan utama (pelanggan, pemegang saham, pekerja, mitra dan regulator)
- 2) Menjamin kelancaran dan keamanan arus kapal dan barang untuk mewujudkan efisiensi biaya logistik dalam rangka memacu pertumbuhan ekonomi nasional.
- 3) Menjamin kecukupan produktivitas untuk memenuhi dinamika kebutuhan pelanggan.

Dengan visi serta misi ini PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang bertekad untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan, pemilik, anggota perusahaan, mitra usaha, dan masyarakat pelabuhan untuk mendukung kepentingan ekonomi Nasional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari indikator kepuasan pelanggan terhadap PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan dimensi *tangible* ini berlangsung dengan baik, petugas bersih dan rapi, ketersediaan komunikasi radio dan tersedia rambu marka namun ketersediaan 5 dermaga, yang di nilai pelanggan masih kurang puas ketika akan bersandar.
2. Pelaksanaan dimensi *emphaty* ini berlangsung dengan sangat baik, dengan memperlihatkan keramahan dan kesopanan petugas dalam menjalani tugas.
3. Pelaksanaan dimensi *reliability* berjalan dengan baik, pelayanan pemanduan dapat dilaksanakan 24 jam sehari dalam 7 hari seminggu dan petugas kapal tunda mempunyai kemampuan yang memadai dalam melakukan tugasnya yang membuat pelaksanaan sandar kapal berjalan dengan baik tanpa adanya kerusakan.
4. Pelaksanaan dimensi *responsiveness* dilakukan cukup baik, berdasarkan kecepatan respon petugas komunikasi radio saat kapal masuk hingga keluar namun kesiapan kapal pandu dan tunda yang tersedia untuk memberikan pelayanan dinilai pelanggan masih kurang baik karena masih adanya waktu menunggu.
5. Pelaksanaan dimensi *assurance* dilakukan dengan baik dimana setiap indikator itu memunculkan hal-hal yang positif seperti kemampuan petugas pandu dalam memandu kapal dengan aman selalu memperhatikan aspek keselamatan kapal dan menjamin apabila terjadi kerusakan di area dermaga.

Berdasarkan penjabaran diatas disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan lima dimensi kualitatif layanan yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk. Dikatakan bahwa kualitas pelayanan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang mendapatkan

hasil kepuasan yang sangat puas untuk dari setiap kuesioner dengan nilai di atas 4,20. Pada hasil wawancara, pertanyaan yang diberikan mengenai kepuasan pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang ada beberapa hal yang harus ditingkatkan lagi dalam pelayanan yaitu kesiapan pelayanan kapal pandu dan tunda agar tidak adanya waktu menunggu. Hal ini dilihat dari hasil kuesioner kepuasan pelanggan dalam pelayanan kapal tahun 2021 mendapatkan nilai 4,69 dan tahun 2022 sebesar 4,68 yang mengartikan bahwa terjadinya penurunan kepuasan pelanggan pada pelayanan kapal sebesar 0,01.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang maupun bagi pihak-pihak lainnya. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Pihak PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang
Saran yang dapat disampaikan kepada pihak PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang yaitu diharapkan untuk memperhatikan kesiapan kapal pandu dan tunda agar tidak adanya waktu tunggu.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, misalnya melalui wawancara dari beberapa pelanggan secara mendalam, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Gurning, Raja Oloan Saut, and Eko Hariyanto Budiyanoto. 2007. *Manajemen Bisnis Pelabuhan*. APE Publishing.
- Haryono, Setiono BA. 2013. Sistem Operasional Pelayanan Pemanduan Terhadap Keselamatan Kapal di PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak Surabaya. *Jurnal Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga*. Vol 2 No 2. Halaman 131-135.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (1st ed., Vol 1). Unitomo Press.
- Jeff, Madura. 2001. "Pengantar Bisnis." *Salemba Empat, Jakarta*.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran: Principles of Marketing*. 7e Jilid 1. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. "Marketing Management Analysis, Planning, Implementation And Control, Practice Hall International." *Inc. Upper Saddle River, New Jersey*.
- Lovelock, Christopher H, and Lauren K Wright. 2007. "Manajemen Pemasaran Jasa." *Cetakan II. Indeks. Jakarta*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. "Manajemen Pemasaran Jasa."
- Mariotti, John. 2003. "Marketing. Jakarta." Prestasi Pustaka Publisher.
- Moenir, Ari Soenanda. 2008. "Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia."
- Musanto, T. (2014). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2.
- Parasuraman, ABL, Valarie A Zeithaml, and L Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *1988 64 (1): 12-40*.
- Tjiptono, Fandy. 2006. "Pemasaran Jasa. Cetakan Kedua." *Malang: Bayumedia Publishing*.
- . 2015. "Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta, CV." *Andi Offset*.
- Website resmi Badan Informasi Geospasial Republik Indonesia www.big.go.id