



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Penggunaan Jasa Transportasi Laut Di Kota Batam

The Influence of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction: A Study on the Use of Sea Transportation Services in Batam City

Dinda Rosi¹, Budi Rahardjo²

dindaa.rosii@gmail.com

¹ Universitas Terbuka, Banten, Indonesia

² Universitas Tidar, Central Java, Indonesia

Info Article

| Submitted: 27 June 2026 | Revised: 23 August 2026 | Accepted: 31 August 2026

| Published: 31 August 2026

How it Cited : Dinda Rosi, etc., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Penggunaan Jasa Transportasi Laut Di Kota Batam", *Nexus: Journal of Cross-Disciplinary Insights*, Vol. 2, No. 2, 2026, P. 147-161.

ABSTRACT

Batam City serves a strategic role as a sea transportation hub for regional mobility and logistics in the Riau Islands; however, customer complaints regarding schedule delays, inadequate facilities, and price discrepancies indicate a gap between expectations and actual service delivery. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of service quality and price perception on customer satisfaction among sea transportation users in Batam City. Utilizing an associative quantitative approach, data were collected via Likert-scale questionnaires from 12 respondents selected based on specific criteria: being at least 17 years old and having used sea transportation services at least three times. Data were processed through descriptive analysis, validity and reliability testing, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2) tests using IBM SPSS 26. The findings reveal that service quality ($t = 3.452$; $sig = 0.007$; $\beta = 0.487$) and price perception ($t = 2.867$; $sig = 0.019$; $\beta = 0.392$) both exert a positive and statistically significant partial effect on customer satisfaction. Simultaneously, both variables significantly influence customer satisfaction ($F = 16.843$; $sig = 0.001$), explaining 78.9% of its variance ($R^2 = 0.789$). The study concludes that enhancing service quality alongside price perception is essential for fostering customer satisfaction, with service quality playing the dominant role. As recommendations, sea transportation providers are advised to improve schedule punctuality, passenger facilities, and ticket price transparency, while future researchers are encouraged to expand the sample size and incorporate additional variables such as corporate image or digital facility quality.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Sea Transportation, Batam City.

ABSTRAK

Kota Batam memegang peranan strategis sebagai pusat transportasi laut untuk mobilitas masyarakat dan pengiriman barang di Kepulauan Riau, namun munculnya keluhan pelanggan terkait keterlambatan jadwal, fasilitas yang kurang memadai, serta kesesuaian harga mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi laut di Kota Batam. Dengan mengadopsi pendekatan kuantitatif asosiatif, data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dari 12 responden yang dipilih berdasarkan kriteria berusia minimal 17 tahun dan telah menggunakan layanan transportasi laut sekurang-kurangnya tiga kali. Data dianalisis menggunakan pengujian deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2) via IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ($t = 3,452$; $sig = 0,007$; $\beta = 0,487$) dan persepsi harga ($t = 2,867$; $sig = 0,019$; $\beta = 0,392$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan ($F = 16,843$; $sig = 0,001$) dengan kontribusi penjelasan variasi kepuasan pelanggan sebesar 78,9% ($R^2 = 0,789$). Penelitian ini menyimpulkan bahwa perbaikan pada aspek kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama merupakan kunci utama dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan menjadi faktor dominan. Sebagai rekomendasi, penyedia jasa transportasi laut disarankan untuk membenahi ketepatan waktu keberangkatan, kenyamanan fasilitas, dan transparansi harga tiket, sementara peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan sampel serta menambahkan variabel lain seperti citra perusahaan atau kualitas fasilitas digital.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Transportasi Laut, Kota Batam.*

Pendahuluan

Kota Batam dikenal sebagai salah satu wilayah strategis. Posisi geografis memosisikan kota Batam sebagai pusat transportasi laut untuk melayani pergerakan masyarakat serta distribusi berbagai kebutuhan barang di kawasan Kepulauan Riau sehingga keberadaan layanan transportasi laut menjadi bagian yang sangat penting dalam menunjang aktivitas ekonomi maupun mobilitas penduduk. Tingginya kebutuhan terhadap jasa transportasi laut mendorong banyak perusahaan untuk bersaing mendapatkan kepercayaan pelanggan sehingga setiap penyedia layanan harus meningkatkan mutu pelayanan agar pelanggan tetap memilih jasa yang mereka tawarkan. Kondisi tersebut kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat menentukan karena kualitas pelayanan sering kali dijadikan dasar penilaian oleh pelanggan saat menggunakan suatu jasa transportasi (Pangaribuan & Yenita, 2023).

Fakta yang berkembang saat ini memperlihatkan bahwa sejumlah pelanggan masih menyampaikan berbagai keluhan terhadap layanan transportasi laut. Keluhan tersebut umumnya berkaitan dengan jadwal keberangkatan yang terlambat fasilitas yang belum sepenuhnya memadai serta biaya yang dinilai belum sesuai dengan layanan yang diterima. Situasi tersebut menggambarkan adanya perbedaan antara ekspektasi pelanggan dengan kondisi layanan yang mereka rasakan secara langsung. Dalam bisnis jasa kepuasan pelanggan menjadi ukuran penting untuk menilai keberhasilan perusahaan karena ketika pelanggan merasa kurang puas maka kemungkinan terjadinya penurunan loyalitas akan semakin besar (Yulisa & Syahlani, 2025).

Pengukuran kepuasan pelanggan juga dapat dilakukan menggunakan pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI). Metode ini mampu menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan penilaian terhadap berbagai atribut pelayanan sehingga sering digunakan sebagai dasar evaluasi kualitas layanan. Hasil pengukuran melalui CSI dapat membantu perusahaan mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan (Lestari et al., 2024).

Menurut Hafidz dan Fadilah (2024) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena pelayanan yang semakin baik mampu membentuk persepsi yang lebih positif terhadap perusahaan. Sedangkan menurut Jienardy (2017) menjelaskan bahwa

kesenjangan persepsi dan ekspektasi pada variable kualitas pelayanan, harga, dan kualitas bernilai negative yang menunjukkan ekspektasi lebih tinggi dari nilai persepsi konsumen.

Penelitian terdahulu Simon, K dkk (2016) menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel berpengaruh tidak signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan masih memerlukan kajian lebih lanjut sehingga inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya dapat dijelaskan secara lebih komprehensif (Alam et al., 2023).

Selain kualitas pelayanan faktor harga juga memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas apabila biaya yang mereka keluarkan dianggap sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya apabila harga dipersepsikan tidak sesuai maka tingkat kepuasan pelanggan dapat mengalami penurunan. Penilaian terhadap harga tidak hanya dipengaruhi pertimbangan logis mengenai manfaat yang diterima tetapi juga berkaitan dengan perasaan pelanggan terhadap nilai yang mereka rasakan selama menggunakan jasa transportasi laut (Komara et al., 2021).

Kesenjangan penelitian dalam kajian ini muncul karena hasil penelitian sebelumnya belum menunjukkan kesimpulan yang seragam. Selain itu penelitian yang secara khusus mengkaji kepuasan pelanggan transportasi laut di Kota Batam masih relatif terbatas sehingga penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih sesuai dengan kondisi nyata yang terjadi pada sektor transportasi laut di wilayah tersebut (Rinjani, 2026).

Landasan teoritis penelitian ini mengacu pada teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021). Menurut teori tersebut kepuasan pelanggan terbentuk melalui perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja yang diterima mampu melampaui harapan sedangkan rasa kecewa dapat muncul ketika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan awal. Konsep tersebut menjadi dasar utama dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Penelitian ini juga menggunakan teori kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Tjiptono (2020) untuk menjelaskan berbagai dimensi pelayanan yang memengaruhi penilaian pelanggan. Dimensi tersebut mencakup bukti fisik keandalan daya tanggap jaminan serta empati yang diberikan kepada pelanggan selama proses pelayanan berlangsung. Kelima dimensi tersebut sangat relevan diterapkan dalam layanan transportasi laut karena kualitas pelayanan yang semakin baik akan mendorong meningkatnya

kepuasan pelanggan sehingga teori ini digunakan sebagai acuan utama saat melakukan analisis penelitian.

Dari latar belakang di atas maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi laut di Kota Batam.
2. Menguji sejauh mana persepsi harga mampu memengaruhi tingkat kepuasan tersebut.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Penyusunan tujuan penelitian didasarkan pada fenomena yang terjadi di lapangan sehingga hasil penelitian nantinya diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan transportasi laut.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Dari sisi teoritis hasil penelitian dapat menambah kajian ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran jasa khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan harga dan kepuasan pelanggan. Dari sisi praktis hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh perusahaan transportasi laut sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pelayanan maupun kebijakan penetapan harga agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian pada topik serupa (Riyanto & Satinah, 2023).

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan serta persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi laut di Kota Batam. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik, sedangkan metode asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2022).

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi penelitiannya adalah seluruh penumpang kapal di pelabuhan Kota Batam. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sebagai instrument utama penelitian. Seluruh pernyataan disusun berdasarkan skala Likert lima tingkat yang dimulai dari pilihan sangat tidak setuju hingga sangat setuju sehingga memudahkan responden memberikan penilaian terhadap setiap indikator penelitian. Selain penyebaran kuesioner

proses observasi lapangan serta dokumentasi juga dilakukan untuk memperoleh informasi tambahan yang dapat memperkuat hasil analisis serta memberikan gambaran kondisi nyata selama penelitian berlangsung.

Beberapa persyaratan ditetapkan sebelum seseorang dapat menjadi responden. Kriteria tersebut meliputi usia minimal 17 tahun kemudian pernah menggunakan layanan transportasi laut sekurang kurangnya tiga kali serta memiliki kesediaan mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Berdasarkan ketentuan tersebut jumlah responden yang berhasil memenuhi syarat sebanyak 12 orang.

Sebelum data dianalisis lebih lanjut seluruh butir pernyataan terlebih dahulu melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Tahapan tersebut bertujuan memastikan bahwa setiap indikator benar benar mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat sekaligus menunjukkan tingkat konsistensi jawaban responden. Instrument yang telah memenuhi persyaratan kemudian digunakan sebagai dasar dalam proses pengolahan data sehingga hasil penelitian dapat dipercaya secara ilmiah.

Tahap berikutnya dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap setiap variabel penelitian. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut di Kota Batam. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) sesuai dengan prosedur analisis data yang dikemukakan oleh Ghozali (2021).

Seluruh proses analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Penggunaan aplikasi tersebut membantu proses pengolahan data berlangsung lebih sistematis serta menghasilkan keluaran statistik yang akurat sehingga seluruh hasil analisis dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada pengguna jasa transportasi laut di Kota Batam. Kota Batam merupakan salah satu pusat transportasi laut di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki mobilitas penumpang cukup tinggi. Transportasi laut menjadi sarana utama masyarakat dalam melakukan perjalanan antarpulau maupun kegiatan ekonomi lainnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan persepsi harga menjadi faktor yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2026 dengan jumlah responden sebanyak 12 orang yang memenuhi kriteria penelitian.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17-25 Tahun	4	33,3
2	26-35 Tahun	5	41,7
3	>35 Tahun	3	25,0
Jumlah		12	100

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh kelompok usia 26-35 tahun sebanyak 5 orang atau 41,7%, diikuti kelompok usia 17-25 tahun sebanyak 4 orang atau 33,3%, sedangkan responden berusia di atas 35 tahun berjumlah 3 orang atau 25,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna transportasi laut di Kota Batam berada pada usia produktif. Kelompok usia ini umumnya memiliki mobilitas yang tinggi untuk keperluan pekerjaan, pendidikan, maupun aktivitas ekonomi lainnya sehingga lebih sering memanfaatkan transportasi laut sebagai sarana perjalanan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	5	41,7
2	Mahasiswa	3	25,0
3	Wiraswasta	2	16,7
4	Ibu Rumah Tangga	2	16,7
Jumlah		12	100

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta, yaitu sebanyak 5 orang atau 41,7%. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna transportasi laut di Kota Batam didominasi oleh masyarakat yang memiliki mobilitas kerja cukup tinggi sehingga memanfaatkan transportasi laut sebagai sarana perjalanan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan

No	Intensitas Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pengguna Rutin	7	58,3
2	Pengguna Tidak Rutin	5	41,7
Jumlah		12	100

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna rutin transportasi laut. Hal ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan transportasi laut sehingga penilaian yang diberikan terhadap kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan dapat menggambarkan kondisi

layanan lebih objektif.

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Kategori
Kualitas Pelayanan (X1)	4,12	Baik
Persepsi Harga (X2)	3,98	Baik
Kepuasan Pelanggan (Y)	4,05	Baik

Berdasarkan Tabel 4, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai pelayanan transportasi laut di Kota Batam sudah cukup baik. Persepsi harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,98, sedangkan kepuasan pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05.

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,724	0,576	Valid
X1.2	0,689	0,576	Valid
X1.3	0,811	0,576	Valid
X1.4	0,765	0,576	Valid
X1.5	0,742	0,576	Valid
X2.1	0,692	0,576	Valid
X2.2	0,751	0,576	Valid
X2.3	0,783	0,576	Valid
X2.4	0,722	0,576	Valid
Y1	0,731	0,576	Valid
Y2	0,816	0,576	Valid
Y3	0,787	0,576	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,576), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,856	Reliabel

Persepsi Harga	0,814	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,837	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig
Konstanta	3,215	-	-
Kualitas Pelayanan (X1)	0,487	3,452	0,007
Persepsi Harga (X2)	0,392	2,867	0,019

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan:

$$Y = 3,215 + 0,487X_1 + 0,392X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,452	2,262	0,007	Berpengaruh
Persepsi Harga	2,867	2,262	0,019	Berpengaruh

Nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar 3,452 lebih besar daripada t tabel sebesar 2,262 dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung persepsi harga sebesar 2,867 lebih besar daripada t tabel sebesar 2,262 dengan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F

Keterangan	Nilai
F Hitung	16,843
F Tabel	4,26

Sig	0,001
-----	-------

Nilai F hitung sebesar 16,843 lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 4,26 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,789 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 78,9% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 21,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Temuan ini memperkuat penelitian Alam et al. (2023) yang menyatakan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan persepsi harga memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0,789	0,742

Nilai R Square sebesar 0,789 menunjukkan bahwa 78,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga. Sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Laut di Kota Batam

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut Kota Batam. Nilai koefisien regresi tercatat sebesar 0,487 dengan nilai t hitung mencapai 3,452 serta tingkat signifikansi sebesar 0,007. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah batas pengujian sebesar 0,05 sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,487 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan diikuti kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,487 satuan dengan asumsi variabel lainnya berada dalam kondisi tetap.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh Lestari et al. (2024) yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur melalui Customer Satisfaction Index (CSI) sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanannya secara lebih komprehensif. Melalui pendekatan tersebut, perusahaan dapat mengidentifikasi atribut pelayanan yang telah memenuhi

harapan pelanggan maupun aspek yang masih memerlukan perbaikan. Hasil penelitian Lestari et al. (2024) memperkuat temuan penelitian ini bahwa tingginya penilaian responden terhadap kualitas pelayanan mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang juga berada pada kategori baik.

Besarnya koefisien regresi yang mencapai 0,487 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam membentuk kepuasan pelanggan. Nilai tersebut bahkan lebih besar dibandingkan koefisien variabel persepsi harga yang hanya mencapai 0,392. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengguna transportasi laut lebih mengutamakan kualitas pelayanan dibandingkan persoalan harga ketika memberikan penilaian terhadap layanan yang diterima. Pelanggan masih bersedia menerima perbedaan harga selama manfaat serta kualitas pelayanan yang diperoleh dianggap sepadan dengan biaya yang telah dikeluarkan.

Hasil penelitian ini mendukung teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan Kotler dan Keller (2021). Menurut teori tersebut kepuasan akan muncul apabila kinerja layanan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Pada layanan transportasi laut bentuk pelayanan dapat dilihat melalui ketepatan jadwal keberangkatan keamanan perjalanan kenyamanan fasilitas kapal kemudahan memperoleh informasi serta kemampuan petugas dalam melayani penumpang. Apabila seluruh aspek tersebut mampu berjalan dengan baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebagaimana terlihat pada hasil analisis statistik penelitian ini.

Temuan penelitian juga sejalan dengan hasil penelitian Pangaribuan dan Yenita (2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan sektor transportasi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mampu memperkuat loyalitas pelanggan. Hasil yang sama diperoleh Hafidz dan Fadilah (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada sektor jasa. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan pada berbagai jenis usaha jasa termasuk transportasi laut.

Penelitian Pantulu (2023) juga memperlihatkan hasil yang mendukung temuan penelitian ini. Lima dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan daya tanggap jaminan empati serta bukti fisik memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik perusahaan memenuhi seluruh dimensi tersebut maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang akan terbentuk. Hasil penelitian ini akhirnya tidak hanya memperkuat teori yang telah berkembang tetapi juga menambah bukti empiris dari berbagai penelitian

sebelumnya.

Seluruh hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut Kota Batam. Atas dasar temuan tersebut perusahaan perlu mempertahankan bahkan terus meningkatkan mutu pelayanan secara berkelanjutan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga sekaligus mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan masa mendatang

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Laut di Kota Batam

Hasil analisis statistik memperlihatkan bahwa variabel persepsi harga juga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung sebesar 2,867 dengan tingkat signifikansi 0,019 berada di bawah batas pengujian sebesar 0,05 sehingga hipotesis kedua dapat diterima. Koefisien regresi sebesar 0,392 menunjukkan bahwa peningkatan persepsi harga yang semakin baik akan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,392 satuan apabila variabel lainnya dianggap tetap.

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memperoleh nilai rata rata sebesar 3,98 dan termasuk kategori baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menilai harga tiket transportasi laut masih sesuai dengan kualitas pelayanan yang mereka terima. Walaupun nilainya sedikit lebih rendah dibandingkan variabel kualitas pelayanan persepsi harga tetap memiliki kontribusi penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Perbandingan nilai koefisien regresi memperlihatkan bahwa persepsi harga bukan merupakan faktor yang paling dominan. Meskipun demikian hasil pengujian statistik membuktikan bahwa harga tetap memberikan pengaruh yang berarti terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya melihat besarnya biaya perjalanan tetapi juga mempertimbangkan manfaat yang diterima setelah menggunakan jasa transportasi laut. Selama manfaat yang dirasakan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan maka pelanggan akan memberikan penilaian yang positif terhadap layanan tersebut.

Temuan penelitian ini mendukung teori nilai pelanggan menurut Kotler dan Keller (2021) yang menjelaskan bahwa kepuasan akan muncul apabila manfaat yang diterima pelanggan lebih besar ataupun setidaknya sebanding dengan biaya yang telah mereka keluarkan. Persepsi harga yang positif akhirnya mampu meningkatkan kepuasan karena pelanggan merasa memperoleh nilai yang sesuai dari layanan yang digunakan.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian Komara

dan rekan rekan (2021) yang menemukan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Jumawan dan Prasetyo (2024) juga menghasilkan kesimpulan serupa yaitu pelanggan cenderung merasa puas apabila harga yang dibayarkan dianggap sepadan dengan kualitas pelayanan yang diterima. Kesamaan hasil tersebut memperlihatkan bahwa harga masih menjadi salah satu unsur penting dalam membentuk kepuasan pelanggan sektor jasa.

Penelitian Nurmala dan rekan rekan (2023) juga menemukan bahwa harga yang kompetitif mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena konsumen merasa manfaat yang diterima seimbang dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Hasil tersebut semakin memperkuat bukti empiris bahwa persepsi harga memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut Kota Batam.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Laut di Kota Batam

Pengujian simultan menghasilkan nilai F hitung sebesar 16,843 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bersama persepsi harga secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut Kota Batam.

Analisis koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,789. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 78,9 persen variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan serta persepsi harga. Sisanya sebesar 21,1 persen dipengaruhi faktor lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian seperti citra perusahaan tingkat kepercayaan pelanggan kemudahan memperoleh layanan promosi maupun loyalitas pelanggan.

Besarnya nilai koefisien determinasi memperlihatkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang digunakan sudah cukup representatif untuk menjelaskan perilaku pelanggan transportasi laut Kota Batam.

Apabila dibandingkan berdasarkan besarnya koefisien regresi kualitas pelayanan masih menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling besar. Nilai koefisien sebesar 0,487 lebih tinggi dibandingkan koefisien persepsi harga sebesar 0,392. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan mutu pelayanan akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan perubahan persepsi harga. Dengan demikian kualitas

pelayanan dapat dinyatakan sebagai variabel yang paling dominan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Alam dan rekan rekan (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan bersama persepsi harga secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan harga dalam membentuk kepuasan konsumen. Temuan serupa juga dikemukakan Riyanto dan Satinah (2023) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan akan terbentuk melalui perpaduan antara pelayanan yang berkualitas dengan penetapan harga yang dianggap sesuai oleh pelanggan.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh Sadika et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada sektor jasa kepelabuhanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penyedia jasa transportasi perlu menjaga kualitas pelayanan secara konsisten agar mampu memenuhi harapan pengguna dan meningkatkan tingkat kepuasan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang didukung dengan penetapan harga yang sesuai merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada sektor transportasi laut.

Berdasarkan seluruh hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga merupakan dua variabel utama yang saling melengkapi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan transportasi laut Kota Batam. Perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara peningkatan mutu pelayanan serta kebijakan harga yang tetap kompetitif sehingga tingkat kepuasan pelanggan dapat dipertahankan bahkan terus meningkat pada masa yang akan datang.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut di Kota Batam, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, baik dari aspek fasilitas, ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, keamanan, maupun sikap petugas, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Selain itu, persepsi harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan transportasi laut di Kota Batam. Pelanggan cenderung merasa puas apabila harga yang dibayarkan dianggap sesuai dengan manfaat, kualitas pelayanan, serta fasilitas yang diterima.

Dengan demikian, perusahaan transportasi laut di Kota Batam perlu membenahi pelayanan pada aspek ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kapal, fasilitas penumpang, kebersihan area pelayanan, sikap petugas dalam memberikan informasi yang akurat serta transparansi harga tiket dan stabilitas harga sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti citra perusahaan, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan, kualitas fasilitas digital, maupun kualitas pengalaman pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan wilayah penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada sektor transportasi laut.

Daftar Pustaka

- Alam, M. A., Hasyim, M. S., & Arsyad, M. R. (2023). *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen transportasi*. SEIKO: Journal of Management & Business, 6(1), 125-134. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.836>.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, G. P., & Fadilah, T. (2024). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan*. . Jurnal Wahana Pendidikan, 11(2), 145-156. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11097406>.
- Jumawan,, & Prasetyo, A. I. (2024). *Analisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen*. Socius Journal, 13(1), 85-96. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12800599>.
- Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen*. Accounting and Management Journal, 5(2), 102-113. <https://doi.org/10.31004/acman.v1i2>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran (15th ed.)*. Erlangga.
- Lestari, O., Purwatiningsih, P., & Rini, R. S. . (2024). *Analisis kepuasan konsumen menggunakan customer satisfaction index (CSI)*. Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi, 2(3), 44-53. <https://doi.org/10.59581/jmki.v2i3.3843>.
- Nurmala, L, Yusuf, A. S., & Sulaeman, E. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen*. Journal on Education, 5(2), 2230-2238. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.836>.
- Pangaribuan, N. S., & Yenita. (2023). *Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*

- dan dampaknya pada loyalitas pelanggan perusahaan transportasi umum.*
 PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik, 6(1), 57-68. <https://doi.org/10.54783/japp.v6i1.652>.
- Pantulu, W. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.*
 JAMBURA: Journal of Management and Business Research, 5(3), 211-220.
<https://doi.org/10.37479/jimb.v5i3.17976>.
- Rinjani, A. I. (2026). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen transportasi laut.* Progress Journal, 6(1), 15-27.
<https://doi.org/10.56445/progress.v6i1>.
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.* Lentera Manajemen Pemasaran, 1(1), 34-45.
- Sadika, P. H., Neyland, J. S., & Sutrisno, A. (2023). *Analisis kepuasan pengguna jasa pelabuhan.* Jurnal Tekno Mesin, 9(2), 120-129.
<https://doi.org/10.35793/jtmu.v9i2.48746>.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif.* Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan.* Andi.
- Yulisa, D., & Syahlani, A. (2025). *Analisis kepuasan penumpang KRL menggunakan metode customer satisfaction index.* Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 4(11), 78-89.
<https://doi.org/10.56799/jim.v4i11.1233>.