



Analisis Variabel Pengaruh Terhadap Loyalitas Penumpang Lintas Penyeberangan Ketapang – Lembar

Riska Angga Dewi¹⁾, Yenita²⁾

Politeknik Transportasi Darat Indonesia – STTD ¹⁾

Universitas Tarumanagara ²⁾

Riska.Angga@ptdisttd.ac.id

yenita@fe.untar.ac.id

ABSTRAK

Penyeberangan Ketapang-Lembar mulai beroperasi pada bulan April 2021. Pembangunan penyeberangan ini dimaksudkan untuk mengurangi kepadatan lalu lintas Gilimanuk-Denpasar dan mengurai kepadatan penyeberangan Padang Bai-Lembar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana aplikasi SmartPLS 3.0 digunakan sebagai alat analisis data. Purposive sampling adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, dan sampel dipilih berdasarkan responden yang pernah menggunakan jasa transportasi perbatasan di penyeberangan Ketapang-Lembar sehingga responden memiliki pemahaman umum tentang cara menjawab pertanyaan kuesioner. Temuan menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jika dibandingkan dengan kenyamanan dan keandalan.

Kata Kunci: Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas,

ABSTRACT

The Ketapang-Lembar crossing will begin operations in April 2021. The construction of this crossing is intended to reduce the Gilimanuk-Denpasar traffic density and unravel the Padang Bai-Lembar crossing density. This research uses a quantitative method where the SmartPLS 3.0 application is used as a data analysis tool. Purposive sampling was the method used to collect data, and the sample was selected based on respondents who had used border transportation services at the Ketapang-Lembar crossing so that respondents had a general understanding of how to answer the questionnaire questions. The findings show that safety variables have the strongest influence on both customer satisfaction and loyalty when compared to comfort and reliability.

Keywords: Loyalty, Satisfaction, Service Quality

PENDAHULUAN

Transportasi memiliki kaitan yang sangat erat dengan pertumbuhan perekonomian suatu negara. Semakin baik sarana dan prasarana sistem transportasi yang dimiliki oleh suatu negara dapat dilihat dari kemajuan suatu negara. Karakteristik wilayah dan kondisi geografis di masing-masing negara yang berbeda memiliki kemungkinan sistem transportasi yang berbeda pula. Sistem transportasi negara kepulauan, yang mayoritas wilayahnya terdiri dari wilayah perairan tidak dapat disamakan dengan negara yang mayoritas daratannya berada di lahan

kering. Dari perspektif geografis, Indonesia adalah negara kepulauan (Yuliani Budi Permata Sari et al., 2021).

Suatu transportasi dapat dianggap memiliki kualitas yang baik, apabila melayani dengan waktu perjalanan yang akurat, tidak mengalami keterlambatan, frekuensi pelayanan yang mencukupi permintaan, kondisi pelayanan yang aman dan nyaman bagi penggunanya. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang ideal, kondisi sarana dan prasarana transportasi beserta sistem jaringan merupakan faktor yang sangat menentukan kualitas pelayanan sektor transportasi (Yuliani Budi Permata Sari et al., 2021).

Kualitas layanan perusahaan transportasi akan mempengaruhi kemampuannya untuk bersaing, menawarkan manfaat kepada pelanggan, dan menumbuhkan jumlah pelanggannya. Faktor penting untuk meningkatkan profitabilitas adalah memiliki layanan berkualitas tinggi, terutama untuk jangka panjang (Herno Della & Rachmannullah, 2021).

Pengoperasian Lintas Penyeberangan Ketapang-Lembar yang dimulai pada April 2021 diharapkan mampu meningkatkan pembangunan daerah di sekitar Pelabuhan Ketapang dan Pelabuhan Lembar dengan membangun pusat pertumbuhan ekonomi baru, mendorong pembangunan nasional secara keseluruhan, mendorong perluasan dan penyediaan industri lain seperti pariwisata dan memiliki efek berganda pada perekonomian Jawa Timur dan NTB serta diharapkan mampu membantu serta wujud dukungan mengurangi kepadatan lalu lintas antara Gilimanuk dan Denpasar serta mengurai kepadatan penyeberangan Padang Bai - Lembar pada saat *peak season*.

Pelabuhan Ketapang memiliki 4 Dermaga Movable Bridge, 1 Dermaga Ponton dan 3 Dermaga plengsengan. Untuk lintas penyeberangan Ketapang – Lembar saat ini dilayani oleh 6 kapal dengan waktu sandar selama 8 jam. Lintas penyeberangan Ketapang – Lembar ditempuh selama 12-16 jam pelayaran, di mana lama pelayaran menuju Pelabuhan Lembar dipengaruhi oleh kondisi cuaca.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kondou (1999), "kepuasan pelanggan terjadi ketika penilaian subyektif seseorang terhadap keadaan mereka menghasilkan respons emosional yang baik." "Situasi di mana ekspektasi konsumen akan dipenuhi oleh sebuah produk" dikenal sebagai "kepuasan konsumen" (Kotler dan Armstrong, 1999). Reaksi psikologis klien terhadap kesimpulan evaluasi positif (pengalaman aktual) tentang persepsi (harapan) mereka dikenal sebagai kepuasan pelanggan (Shukla, 2004). Kepuasan pelanggan, menurut Chitty dkk. (2007), merupakan evaluasi psikologis dan perbandingan yang berguna antara keuntungan yang diperoleh pelanggan dari saat pembelian hingga akhir konsumsi dan biaya yang mereka keluarkan untuk menggunakan jasa dan produk. Pelanggan merasa puas jika pengalaman asli (kepentingan) melebihi harapan yang dibayangkan (biaya/pengorbanan). Mereka tidak puas jika sebaliknya (Oliver, 1980). Trade-off antara pra dan pasca konsumsi atau penggunaan produk menentukan kepuasan (Shamsudin et al., 2018a) (Uzir et al., 2020).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah kesetiaan untuk tetap memakai komoditas atau layanan yang disukai. Kesetiaan dan ketundukan pada negara, gerakan, dan orang-orang disebut sebagai "loyalitas." Dalam lingkungan profesional, keinginan untuk menggunakan produk atau jasa dalam waktu lama, khususnya jika seseorang melakukannya secara eksklusif, dan menyarakannya kepada

orang lain disebut sebagai loyalitas pelanggan (Yessi Kristi Wowiling & Triyono Arief Wahyudi, 2019).

Griffin berpendapat mereka yang melakukan pembelian berulang, merekomendasikan orang lain, dan menunjukkan perlawanan kepada daya tarik pesaing disebut konsumen yang loyal. Kemungkinan mendapatkan pelanggan jangka panjang atau setia adalah hasil yang terkait dengan kebahagiaan pelanggan. Pelanggan yang begitu antusias merekomendasikan barang atau jasa tertentu kepada semua orang yang mereka kenal dikatakan sebagai pelanggan setia. Karena setiap pelanggan dapat menawarkan imbalan berwujud dan tidak berwujud kepada bisnis, loyalitas pelanggan sangat penting. Sementara manfaat non-materi adalah bahwa pelanggan yang setia akan menyarankan pembelian dan mendorong orang lain untuk menyelesaikan transaksi yang sama, manfaat materialnya adalah untuk mendapatkan laba operasi dari transaksi yang diselesaikan (Zardi et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan ilmiah dimana data numerik diolah dan dianalisis dengan perhitungan matematika atau statistik.

Sampel dan Populasi

Populasi dalam studi ialah semua pengguna jasa angkutan penyeberangan Lintas Ketapang dan Lembar. Data primer didapat dengan cara pengisian kuesioner oleh orang-orang yang terlibat dengan teknik *purposive sampling* (Mayumartiana et al., n.d.). Dimana kriterianya adalah responden yang telah merasakan atau menggunakan jasa angkutan penyeberangan lintas Ketapang – Lembar.

Metode Pengambilan Data

Kuesioner digunakan sebagai alat mengumpulkan data utama. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan dan dicetak dalam urutan tertentu. Sampel data diambil di Pelabuhan Ketapang di Kabupaten Banyuwangi. Untuk mengukur persepsi penumpang mengenai kualitas variabel-variabel layanan yang dipilih, responden diberikan pertanyaan yang mencakup variabel-variabel yang disediakan dan menawarkan jawaban yang layak pada skala Likert 5 poin yaitu Sangat Buruk hingga Sangat Baik (Herno Della & Rachmannullah, 2021).

Metode Analisis

Statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji inner model adalah teknik yang digunakan. Semua indikator dianggap sah dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian jika r hitung $>$ r tabel dan sig $0,05$ dan nilai cronbach alpha uji reliabilitas $>$ $0,7$ (Aridara Nastiti & Sri Rahayu Tri Astuti, 2019).

Hipotesis

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk meningkatkan rasa aman dan nyaman selama perjalanan, dapat dilakukan dengan menjaga kondisi kendaraan, melakukan program pelatihan pengemudi dengan perjalanan yang tenang, menyediakan ventilasi yang baik secara terus-menerus, dan menjaga interior kendaraan pada suhu yang menyenangkan (Azizah Yulia Safitri et al., 2019).

Pada jasa angkutan penyeberangan indikator yang dapat dijadikan acuan guna meningkatkan kenyamanan seperti kondisi kapal, kursi yang nyaman, serta adanya fasilitas lain dapat membuat pengguna jasa merasa nyaman.

H1: Diduga kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Keselamatan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian yang dilakukan (Nadia Angraini, 2022), faktor keselamatan merupakan salah satu indikator kepuasan penumpang. Selain harga tiket, masyarakat akan lebih memilih transportasi laut yang memiliki Faktor keselamatan dan penerapan standar pelayanan yang baik. Bagi perusahaan pelayaran, keamanan dan keselamatan pelanggan saat mereka berada di atas kapal adalah yang paling penting. Berdasarkan Undang-Undang yang mengatur tentang keselamatan pelayaran, alat keselamatan memiliki masa pengecekan dan penggantian selama 6 bulan sekali (M. Islamuddin Al Akbar, 2022).

H2: Diduga keselamatan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kehandalan adalah salah satu faktor penting dari 5 dimensi kualitas pelayanan yang menjadi penentu mutu jasa pelayanan. Kehandalan merupakan unsur yang mengarah ke kompetensi organisasi dalam memberikan layanan secara tepat, bisa dipercaya, penyediaan layanan yang ditawarkan secara tepat dan kredibel (Valencia & Sudiby, 2021).

H3: Diduga keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan diperoleh dengan memperhitungkan kualitas layanan dan pengalaman menjadi salah satu evaluasi terpenting. Kenyamanan layanan merupakan aspek penting yang dirangkul oleh komponen pertimbangan yang membahas pengeluaran waktu dan usaha. Ketika mengevaluasi sebuah layanan, pelanggan akan mempertimbangkan berapa banyak waktu dan usaha yang mereka lakukan ketika melakukan pembelian atau menggunakan layanan (Sanjaya & Sawitri, 2017).

H4: Diduga kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Keselamatan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel penting lainnya dalam transportasi adalah keselamatan yang mengacu pada potensi menderita kerugian sebagai akibat dari penggunaan layanan tertentu. Hal ini termasuk risiko cedera akibat kecelakaan dan juga ancaman keamanan seperti pelecehan dan penyerangan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa persepsi keselamatan ini adalah salah satu kekhawatiran terbesar bagi konsumen ketika menggunakan layanan transportasi berbasis mobil (Su et al., 2019). Kenyataannya, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa elemen kunci yang mempengaruhi kesenangan dan penggunaan transportasi umum adalah persepsi keselamatan (Nguyen-Phuoc et al., 2021).

H5: Diduga keselamatan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Secara khusus, kesanggupan untuk menyediakan kualitas layanan secara andal, akurat, dan tepat waktu, serta sesuai jadwal yang disepakati dengan seminimal mungkin dalam melakukan kesalahan. Atribut-atribut berikut ini termasuk dalam dimensi kualitas pelayanan (Yuliani Budi Permata Sari et al., 2021):

1. Memberikan layanan yang telah Anda janjikan
2. Bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah layanan pelanggan
3. Ketika konsumen membuat kesan awal mereka, berikan mereka layanan yang baik.
4. Pengiriman layanan tepat waktu
5. Konsumen harus diberitahu tentang realisasi layanan yang dijanjikan.

Salah satu komponen kualitas layanan, yaitu keandalan, dapat menginspirasi pelanggan untuk membentuk hubungan yang solid dan tahan lama dengan penyedia layanan, yang sering dikenal sebagai loyalitas. Basis konsumen yang setia dianggap sebagai aset vital untuk perusahaan apapun (Valencia & Sudibyo, 2021).

H6 : Diduga keandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

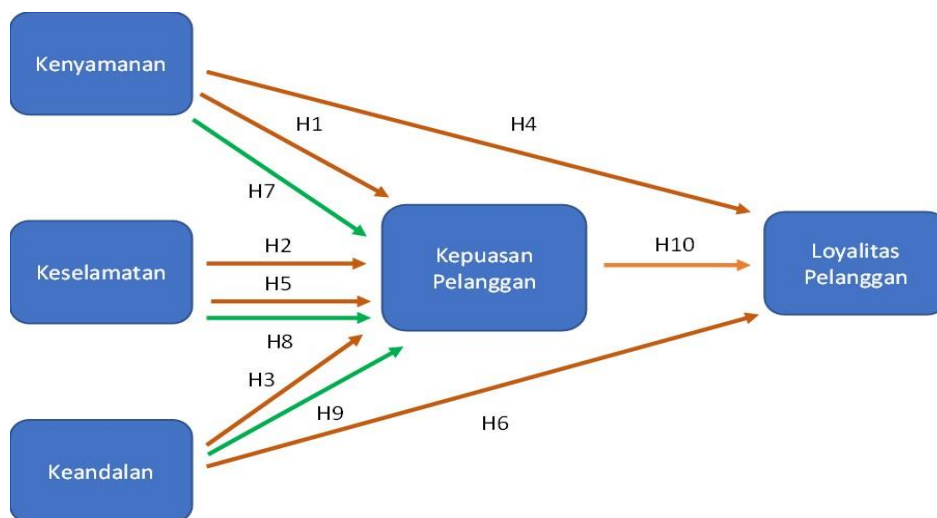
Pelanggan yang senang dengan layanan yang telah mereka gunakan lebih mungkin untuk menggunakannya lagi yang mana besarnya kepuasan pelanggan tercermin dari kualitas produk yang digunakan. Loyalitas pelanggan akan meningkat seiring dengan semakin banyaknya orang yang memanfaatkan produk secara konsisten (Aridara Nastiti & Sri Rahayu Tri Astuti, 2019).

H7: Diduga kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

H8: Diduga keselamatan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

H9: Diduga keandalan berpengaruh terhadap pelanggan melalui kepuasan pelanggan

H10: Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan



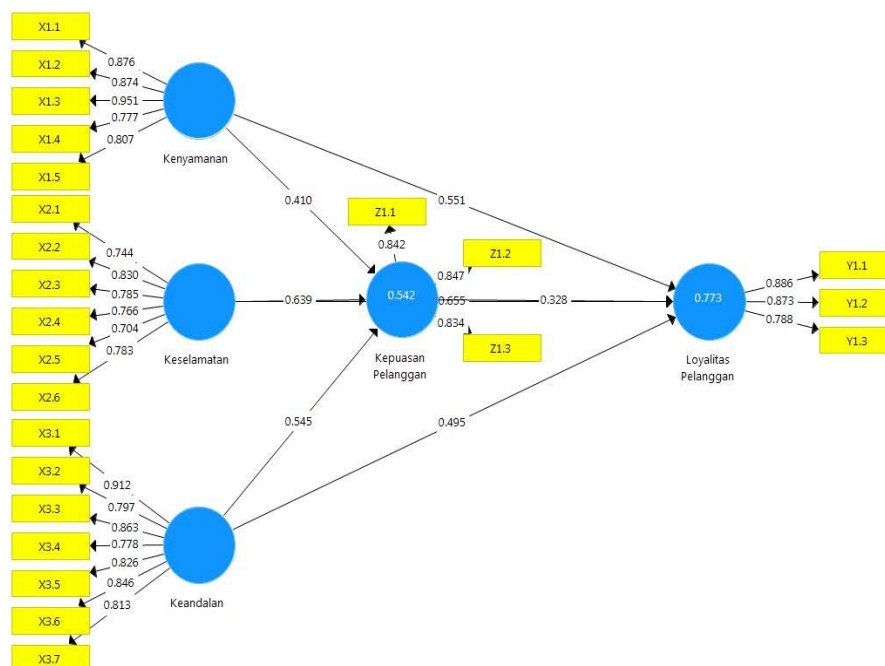
Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Atribut
Jenis Kelamin	Perempuan
	Laki-laki
Usia	17-22
	22-30
	30-40
	40-50
	50-60
	>60
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
	TNI/Polri
	PNS
	Wiraswasta
	Karyawan
	Lainnya
Penghasilan	< Rp. 2.500.000
	Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
	Rp. 5.000.001 – Rp. 7.500.000
	Rp. 7.500.001 – Rp. 10.000.000
	> Rp. 10.000.000

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas melalui analisis Loading Factor digunakan untuk mengukur keterkaitan antara indikator dengan variabel penelitian. Dari sejumlah indikator yang digunakan dalam kuesioner, indikator yang memiliki nilai > 0,7 dinyatakan valid.



Gambar 2. Analisis Loading Factor

Tabel 2. Uji Validitas *Loading Factor*

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Kenyamanan	X1.1	0.876	Memenuhi Syarat Validitas
	X1.2	0.874	Memenuhi Syarat Validitas
	X1.3	0.951	Memenuhi Syarat Validitas
	X1.4	0.777	Memenuhi Syarat Validitas
	X1.5	0.807	Memenuhi Syarat Validitas
Keselamatan	X2.1	0.744	Memenuhi Syarat Validitas
	X2.2	0.830	Memenuhi Syarat Validitas
	X2.3	0.785	Memenuhi Syarat Validitas
	X2.4	0.766	Memenuhi Syarat Validitas
	X2.5	0.704	Memenuhi Syarat Validitas
	X2.6	0.783	Memenuhi Syarat Validitas
Keandalan	X3.1	0.912	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.2	0.797	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.3	0.863	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.4	0.778	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.5	0.826	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.6	0.846	Memenuhi Syarat Validitas
	X3.7	0.813	Memenuhi Syarat Validitas
Loyalitas Pelanggan	Y1.1	0.886	Memenuhi Syarat Validitas
	Y1.2	0.873	Memenuhi Syarat Validitas
	Y1.3	0.788	Memenuhi Syarat Validitas
Kepuasan Pelanggan	Z1.1	0.842	Memenuhi Syarat Validitas
	Z1.2	0.847	Memenuhi Syarat Validitas
	Z1.3	0.834	Memenuhi Syarat Validitas

Indikator-indikator yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai $>0,7$, dengan demikian semua indikator yang digunakan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	AVE
Keandalan	0.927	0.941	0.697
Kenyamanan	0.911	0.933	0.738
Kepuasan Pelanggan	0.796	0.879	0.707
Keselamatan	0.862	0.897	0.592
Loyalitas Pelanggan	0.807	0.886	0.723

Suatu variabel dianggap reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan *Composite Reliability* > 0,7 dengan demikian semua variabel yang digunakan reliabel.

Tabel 4. Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Keandalan	Kenyamanan	Kepuasan Pelanggan	Keselamatan	Loyalitas Pelanggan
Keandalan	0.835				
Kenyamanan	-0.760	0.859			
Kepuasan Pelanggan	0.646	-0.542	0.841		
Keselamatan	0.645	-0.842	0.646	0.770	
Loyalitas Pelanggan	0.711	-0.555	0.772	0.722	0.850

ika nilai AVE setiap variabel lebih besar dari pada nilai korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dalam model, maka variabel tersebut dianggap nilai *discriminant validity* yang baik.

Tabel 5. Uji R Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.542	0.512
Loyalitas Pelanggan	0.773	0.752

Nilai R Square dan R Square Adjusted kepuasan pelanggan sebesar 0,542 dan 0,512 sedangkan untuk loyalitas pelanggan memiliki nilai 0,773 dan 0,752. Jika nilai R Square dan R Square Adjusted $\geq 0,75$ maka variabel independen memiliki pengaruh kuat terhadap variabel dependen dan memiliki pengaruh sedang jika memiliki nilai $\geq 0,50$ (Damayanti & Pratama, 2022). Maka variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh sedang terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 6. Uji Q Square

Variabel	Q ²	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0.348	Memiliki nilai predictive relevance
Loyalitas Pelanggan	0.524	Memiliki nilai predictive relevance

Penelitian dikatakan memiliki observasi yang baik jika memiliki nilai Q Square >0 dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan memiliki observasi yang baik.

Tabel 7. Analisis Total Effects

Variabel	Sampel Asli	Std. Deviasi	T Statistik	P Values
Kenyamanan -> Kepuasan Pelanggan	0.410	0.193	2.119	0.035
Keselamatan -> Kepuasan Pelanggan	0.639	0.156	4.084	0.000
Keandalan -> Kepuasan Pelanggan	0.545	0.099	5.489	0.000
Kenyamanan -> Loyalitas Pelanggan	0.551	0.210	2.620	0.009
Keselamatan -> Loyalitas Pelanggan	0.655	0.159	4.112	0.000
Keandalan -> Loyalitas Pelanggan	0.495	0.129	3.847	0.000
Kenyamanan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.134	0.066	2.050	0.041
Keselamatan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.210	0.072	2.918	0.004
Keandalan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.179	0.058	3.067	0.002
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.328	0.086	3.818	0.000

- Hubungan Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel

Variabel eksogen dikatakan memiliki pengaruh positif jika nilai T Statistics > 1,96 dan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai P Value < 0,05.

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,410, T Statistic 2,119 dan P Value 0,035, dengan demikian H1 diterima.

Pengaruh Keselamatan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keselamatan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,639, T Statistics 4,084 dan P Value 0,000, dengan demikian H2 diterima.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,545, T Statistics 5,489, P Value 0,000 dengan demikian H3 diterima.

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,551, T Statistics 2,620, P Value 0,009 dengan demikian H4 diterima.

Pengaruh Keselamatan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Keselamatan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,655, T Statistics 4,112, P Value 0,000, dengan demikian H5 diterima.

Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,495, T Statistic 3,847 dan P Value 0,000, dengan demikian H6 diterima.

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Melalui kepuasan pelanggan, kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,134, T Statistics 2,050 dan P Value 0,041, dengan demikian H7 diterima.

Pengaruh Keselamatan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Melalui kepuasan pelanggan, keselamatan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,210, T Statistics 2,918 dan P Value 0,004, dengan demikian H8 diterima.

Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Melalui kepuasan pelanggan, keandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,179, T Statistics 3,067 dan P Value 0,002, dengan demikian H9 diterima.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien 0,328, T Statistics 3,818 dan P Value 0,000, dengan demikian H10 diterima.

Semakin besar nilai koefisien variabel independen terhadap variabel dependen, menunjukkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang semakin kuat terhadap variabel dependen, variabel keselamatan memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dibandingkan variabel lain. Melalui kepuasan sebagai variabel intervening, keselamatan juga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan variabel lain.

Bertentangan dengan hasil penelitian (Ekonomi et al., n.d.), dimana keandalan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas. Indikator yang merepresentasikan keandalan antara lain kesesuaian antara keberangkatan dengan jadwal yang ditentukan, lama waktu tunggu kapal selanjutnya serta kepastian diangkut. Berdasarkan hasil analisis, keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Angkutan penyeberangan yang memberikan kepastian jadwal keberangkatan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut hasil penelitian (Nelly Azwarni Sinaga et al., 2021), kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang sejalan dengan penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa jika ada peningkatan kualitas layanan kapal seperti *car deck* yang bersih, tempat duduk yang nyaman serta kebersihan fasilitas yang ada di dalam kapal dapat meningkatkan loyalitas pelanggan untuk menggunakan angkutan penyeberangan Ketapang – Lembar.

Menurut hasil penelitian (Nadia Anggraini, 2022), keselamatan adalah salah satu metrik yang dipakai untuk mengukur kebahagiaan konsumen, yang mempengaruhi loyalitas konsumen sedangkan dalam penelitian ini, keselamatan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil survey terhadap responden, kualitas pemenuhan aspek keselamatan dianggap cukup baik oleh responden. Pemenuhan aspek keselamatan pelayaran oleh operator dapat memberikan rasa aman yang berdampak pada loyalitas pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa keselamatan menjadi variabel yang paling penting bagi lintas penyeberangan Ketapang-Lembar. Oleh karena itu pemenuhan alat keselamatan pelayaran layak untuk mendapatkan perhatian lebih oleh operator angkutan penyeberangan lintas penyeberangan Ketapang-Lembar.

Untuk penelitian selanjutnya, dapat menambahkan dan menggunakan variabel lain yang dapat memperluas pengetahuan terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan lintas Ketapang-Lembar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aridara Nastiti, & Sri Rahayu Tri Astuti. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Volume 8 nomor 1 tahun 2019, Hal. 126-136 Issn(Online): 2337-3792.*
- Azizah Yulia Safitri, Berto Mulia Wibawa, & Dewie Saktia Ardiantono. (2019). Pengukuran Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Taksi Resmi Bandar Udara Juanda Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni Its Vol. 8, No.1 (2019), 2337-3520 (2301-928x Print.*
- Damayanti, D., & Pratama, F. (2022). *How To Cite: Analisis Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Delivery Food Menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling.* 7(10).
- Herno Della, R., & Rachmannullah, A. F. (2021). Perspektif Kepuasan Penumpang Dalam Kualitas Pelayanan Kapal Feri: Studi Kasus Pelabuhan Penyeberangan Merak-Bakauheni. *Cantilever: Jurnal Penelitian Dan Kajian Bidang Teknik Sipil, 10(1), 1–9.* <https://doi.org/10.35139/Cantilever.V10i1.80>
- M. Islamuddin Al Akbar. (2022). *Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelabuhan Roll Off Roll On (Ro-Ro) Air Putih Bengkalis* (Skripsi, Universitas Islam Riau). <https://repository.uir.ac.id/15742/1/187310437.pdf>
- Mayumartiana, T., Aulia, A., Octora, Y., & Setiawan, E. B. (N.D.). *The Effect Of Price Fairness And Service Convenience On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty (Case Study: Indonesia Airasia).*
- Nadia Anggraini. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kapal Penyeberangan Roll On Roll Off (Roro) Air Putih - Sungai Selari Pt. Jembatan Nusantara Cabang Muda Bengkalis.* Universitas Islam Riau.
- Nguyen-Phuoc, D. Q., Phuong Tran, A. T., Nguyen, T. Van, Le, P. T., & Su, D. N. (2021). Investigating The Complexity Of Perceived Service Quality And Perceived Safety And Security In Building Loyalty Among Bus Passengers In Vietnam – A Pls-Sem Approach. *Transport Policy, 101, 162–173.* <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.12.010>
- Sanjaya, L. J., & Sawitri, D. R. (2017). Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek Di Semarang. In *Jurnal Empati, Oktober* (Vol. 6, Issue 4).
- Uzir, M. U. H., Jerin, I., Al Halbusi, H., Hamid, A. B. A., & Latiff, A. S. A. (2020). Does Quality Stimulate Customer Satisfaction Where Perceived Value Mediates And The Usage Of Social Media Moderates? *Heliyon, 6* (12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.E05710>
- Valencia, G. N., & Sudiby, A. G. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Penerbangan Batik Air. *Caraka: Indonesian Journal Of Communications, 2(2), 89–103.* <https://doi.org/10.25008/Caraka.V2i2.63>
- Yessi Kristi Wowiling, & Triyono Arief Wahyudi. (2019). Faktor Determinan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen: Peran Persepsi Harga Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat Vol.4, No.1 Februari 2019: 153-164p-Issn 2527–7502 E-Issn 2581-2165.*

Yuliani Budi Permata Sari, Hermanto, & Suryawan Murtiadi. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pelabuhan penyeberangan Lembar Di Kabupaten Lombok Barat. *Issn 1978-3787(Cetak)Issn 2615-3505 (Online)*.

Zardi, H., Wardi, Y., & Evanita, S. (2019). *Effect Of Quality Products, Prices, Locations And Customer Satisfaction To Customer Loyalty Simpang Raya Restaurant Bukittinggi “Salero Nan Tau Raso.”*