

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal terhadap Kepuasan Pelanggan PT Putra Segara Mandiri

Mochamad Sadham Sutiharjo ^{a,1,*}, Retno Anggoro ^{b,2}

^{a,b} Program Studi D4 Transportasi Laut, Politeknik Maritim Negeri Indonesia, Semarang, Indonesia

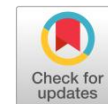
¹ * sadham.sutiharjo@gmail.com; ² retno.anggoro@polimarin.ac.id

* Penulis Korespondensi

Diterima 02 April 2026; Direvisi 08 April 2026; Diterima 13 April 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa keagenan kapal yang meliputi bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 50 pengguna jasa yang dipilih dengan purposive sampling, kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tangible menjadi dimensi paling dominan dengan koefisien jalur 0,347 dan p-value 0,003, diikuti reliability 0,241, assurance 0,211, empathy 0,190, dan responsiveness 0,152. Nilai R² sebesar 0,783 menunjukkan bahwa 78,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh lima dimensi kualitas pelayanan. Nilai Q² sebesar 0,783 menunjukkan predictive relevance yang kuat, sedangkan GoF sebesar 0,764 termasuk kategori substantial. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas fasilitas, ketepatan pelayanan, responsivitas, kompetensi, dan perhatian kepada pelanggan dalam mempertahankan kepuasan pengguna jasa keagenan kapal.

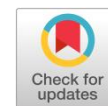


KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan; Jasa Keagenan Kapal; Kepuasan Pelanggan; SERVQUAL; SEM-PLS

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of ship agency service quality dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, on customer satisfaction at PT Putra Segara Mandiri, Pontianak Branch. The study employed an associative quantitative approach. Data were collected through questionnaires from 50 service users selected using purposive sampling and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The results show that all service quality dimensions have positive and significant effects on customer satisfaction. Tangibles had the strongest effect, with a path coefficient of 0.347 and a p-value of 0.003, followed by reliability at 0.241, assurance at 0.211, empathy at 0.190, and responsiveness at 0.152. The R² value of 0.783 indicates that 78.3% of the variation in customer satisfaction can be explained by the five service quality dimensions. The Q² value of 0.783 indicates strong predictive relevance, while the GoF value of 0.764 is categorized as substantial. These findings emphasize the importance of improving facilities, service accuracy, responsiveness, employee competence, and customer attention to maintain customer satisfaction in ship agency services.



KEYWORD

Service Quality; Ship Agency Services; Customer Satisfaction; SERVQUAL; SEM-PLS



This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

1. Pendahuluan

Industri pelayaran memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia karena karakteristik Indonesia sebagai negara kepulauan menyebabkan transportasi laut menjadi penghubung penting antardaerah dan pendukung arus barang serta distribusi logistik. Aktivitas pelabuhan yang semakin tinggi turut meningkatkan kebutuhan terhadap layanan pendukung operasional kapal. Dalam konteks tersebut, jasa keagenan kapal berperan sebagai penghubung antara pemilik kapal atau principal dengan berbagai pihak di pelabuhan melalui pengurusan administrasi, koordinasi operasional, serta pemenuhan kebutuhan kapal selama berada di pelabuhan [1]–[3].

Perusahaan keagenan kapal tidak hanya dituntut menyelesaikan administrasi dan koordinasi, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, tepat, profesional, dan komunikatif. Kesalahan maupun keterlambatan pelayanan dapat mengganggu operasional kapal dan pada akhirnya memengaruhi penilaian pengguna jasa. Efektivitas pelayanan keagenan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam melakukan koordinasi, membangun komunikasi, dan menyelesaikan proses pelayanan tepat waktu [4], [5].

Dalam persaingan industri jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting untuk membedakan perusahaan sekaligus membentuk pengalaman pelanggan. Kualitas pelayanan pada dasarnya berkaitan dengan kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Pada jasa yang bersifat tidak berwujud, pelanggan menilai kualitas bukan hanya dari hasil akhir, tetapi juga dari proses interaksi dan pengalaman ketika menerima pelayanan [6], [7]. Model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menyediakan lima dimensi yang relevan untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy [7].

PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa keagenan kapal. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan memberikan pelayanan yang berkaitan dengan kebutuhan pengguna jasa kapal, termasuk pengurusan dokumen, pelayanan kedatangan dan keberangkatan, koordinasi dengan pihak kepelabuhanan, serta pemenuhan kebutuhan operasional lainnya. Pengguna jasa mengharapkan ketepatan waktu, informasi yang akurat, kemampuan menyelesaikan masalah, dan komunikasi yang baik selama proses pelayanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi aspek yang penting untuk dievaluasi berdasarkan pengalaman pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi setelah pelanggan membandingkan harapan dengan pengalaman aktual yang diterimanya. Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan karena pengalaman selama berinteraksi dengan penyedia jasa menjadi dasar pembentukan persepsi pelanggan [9], [10]. Penelitian sebelumnya pada jasa keagenan kapal juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pengguna jasa. Pelayanan yang cepat, akurat, transparan, serta didukung kompetensi karyawan dan komunikasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan [11], [12].

State of the art penelitian ini terletak pada pengujian secara empiris lima dimensi SERVQUAL secara simultan pada konteks pengguna jasa keagenan kapal PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak dengan SEM-PLS. Penelitian terdahulu banyak membahas kualitas pelayanan dari sisi efektivitas pelayanan, komunikasi, strategi clearance, maupun dampaknya pada aktivitas kapal [4], [5], [11], [12]. Penelitian ini memperkuat kajian tersebut dengan mengidentifikasi dimensi pelayanan yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada objek penelitian yang spesifik.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan penelitian dirumuskan pada pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis yang diajukan adalah: H1a tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; H1b reliability berpengaruh positif dan signifikan; H1c responsiveness berpengaruh positif dan signifikan; H1d assurance berpengaruh positif dan signifikan; dan H1e empathy berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kelima dimensi tersebut, menentukan dimensi paling dominan, serta memberikan implikasi perbaikan pelayanan bagi perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Karena jasa bersifat tidak berwujud dan pelanggan terlibat dalam proses penyampaian, penilaian kualitas dipengaruhi oleh pengalaman yang diperoleh selama interaksi pelayanan [6], [7]. Dalam jasa keagenan kapal, kualitas pelayanan mencakup ketepatan pengurusan dokumen, kecepatan respons, koordinasi, kompetensi petugas, penyampaian informasi, dan ketersediaan sarana pendukung.

SERVQUAL digunakan dalam penelitian ini melalui lima dimensi. Tangibles mengacu pada fasilitas fisik, peralatan, sarana pendukung, dan penampilan personel. Reliability berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan sesuai prosedur dan waktu yang dijanjikan. Responsiveness menunjukkan kesediaan dan kecepatan perusahaan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Assurance mencerminkan kompetensi, profesionalisme, rasa aman, dan kemampuan membangun kepercayaan. Empathy berkaitan dengan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan secara individual [8].

2.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja atau pengalaman aktual yang diterima. Ketika kinerja pelayanan memenuhi atau melampaui harapan, kepuasan cenderung meningkat [9], [10]. Pada jasa keagenan kapal, kepuasan dapat tercermin melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, kepuasan terhadap fasilitas, kepuasan secara keseluruhan, serta keinginan menggunakan kembali jasa.

2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sembiring, Suharyono, dan Kusumawati menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [10]. Dalam konteks keagenan kapal, penelitian Adawiyah menunjukkan hubungan positif dan signifikan kualitas pelayanan dengan kepuasan, sedangkan Wulan, Rahma, dan Dwiridotjahjono menekankan pentingnya kecepatan, ketepatan, kompetensi, teknologi, dan komunikasi dalam efektivitas pelayanan [11], [12]. Dengan demikian, kelima dimensi SERVQUAL diposisikan sebagai variabel eksogen yang diperkirakan memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Objek penelitian adalah PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak, sedangkan unit analisisnya adalah pelanggan atau pengguna jasa keagenan kapal yang telah menggunakan layanan perusahaan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5) [13].

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan atau pengguna jasa keagenan kapal PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak. Sampel ditentukan menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria responden adalah pengguna jasa yang relevan dengan kegiatan operasional kapal dan memiliki pengalaman menerima pelayanan perusahaan. Berdasarkan pendekatan penentuan ukuran sampel SEM, jumlah minimum diperoleh dari jumlah indikator dikalikan lima, yaitu $10 \times 5 = 50$ responden. Penelitian kemudian menggunakan 50 responden dan menyebarkan kuesioner secara online [13], [14].

Variabel kualitas pelayanan terdiri atas lima konstruk, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan variabel endogen adalah kepuasan pelanggan. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's Alpha. Validitas konvergen dievaluasi berdasarkan outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), sedangkan reliabilitas dinilai berdasarkan konsistensi konstruk. Evaluasi model struktural dilakukan melalui path coefficient, R^2 , Q^2 , dan pengujian hipotesis dengan prosedur bootstrapping. Hipotesis diterima apabila t-statistics $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$ [13], [14].

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Karakteristik dan Statistik Deskriptif

Penelitian menggunakan 50 responden pengguna jasa keagenan kapal PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak. Responden merupakan pelanggan yang memiliki pengalaman menggunakan layanan perusahaan sehingga dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman pelayanan yang diterima. Sebagian besar responden telah menggunakan jasa selama 1–3 tahun, yaitu 27 orang (54%), diikuti kurang dari 1 tahun sebanyak 14 orang (28%), dan lebih dari 3 tahun sebanyak 9 orang (18%). Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki dasar pengalaman yang memadai untuk menilai proses pelayanan perusahaan.

Table 1. Statistik deskriptif variabel penelitian

Variabel	N	Mean	Median	Std. Deviation
Tangible	50	3,740	4	1,006
Reliability	50	3,980	4	0,958
Responsiveness	50	3,890	4	0,933
Assurance	50	3,940	4	0,978
Empathy	50	3,980	4	0,963

Kepuasan Pelanggan	50	3,964	4	0,851
--------------------	----	-------	---	-------

Hasil statistik deskriptif menunjukkan seluruh nilai mean berada pada rentang 3,740–3,980 pada skala 1–5, sehingga penilaian responden terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan cenderung baik. Reliability dan empathy memiliki nilai mean tertinggi, masing-masing 3,980. Sementara itu, tangible memiliki mean terendah sebesar 3,740. Temuan deskriptif tersebut memberikan indikasi awal bahwa aspek keandalan dan perhatian kepada pelanggan telah dinilai baik, sedangkan fasilitas dan sarana pendukung masih memiliki ruang peningkatan.

4.2. Evaluasi Model Pengukuran dan Model Struktural

Evaluasi outer model menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam analisis SEM-PLS. Pengujian dilakukan melalui convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's Alpha. Dalam skripsi, indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila outer loading > 0,70 dan AVE > 0,50. Hasil pengujian keseluruhan menunjukkan instrumen layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Table 2. Evaluasi model struktural

Indikator model	Nilai	Interpretasi
R ² Kepuasan Pelanggan	0,783	Kemampuan penjelasan kuat
R ² Adjusted	0,758	Kemampuan penjelasan setelah penyesuaian
Q ²	0,783	Predictive relevance kuat
GoF	0,764	Kategori substantial

Nilai R² sebesar 0,783 berarti 78,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sebesar 21,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, seperti harga layanan, citra perusahaan, komunikasi, kepercayaan, atau faktor lain. Nilai Q² sebesar 0,783 menunjukkan predictive relevance yang kuat. Nilai GoF sebesar 0,764 diperoleh dari $\sqrt{(0,746 \times 0,783)}$ dan termasuk kategori substantial. Dengan demikian, model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan kepuasan pelanggan [15].

4.3. Pengujian Hipotesis

Table 3. Hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	t-statistics	p-value	Keputusan
H1a Tangible → Kepuasan	0,347	2,991	0,003	Diterima
H1b Reliability → Kepuasan	0,241	2,363	0,018	Diterima
H1c Responsiveness → Kepuasan	0,152	2,027	0,047	Diterima
H1d Assurance → Kepuasan	0,211	2,221	0,026	Diterima
H1e Empathy → Kepuasan	0,190	2,159	0,032	Diterima

Hasil pengujian menunjukkan seluruh dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai p-value masing-masing lebih kecil dari 0,05. Tangible memiliki koefisien jalur paling besar sebesar 0,347 ($p = 0,003$), kemudian reliability sebesar 0,241 ($p = 0,018$), assurance sebesar 0,211 ($p = 0,026$), empathy sebesar 0,190 ($p = 0,032$), dan responsiveness sebesar 0,152 ($p = 0,047$). Dengan demikian, H1a sampai H1e diterima [15].

4.4. Pembahasan

1) Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Pelanggan

Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,347 dan p-value 0,003. Nilai tersebut merupakan pengaruh terbesar di antara lima dimensi SERVQUAL. Artinya, semakin baik fasilitas fisik, sarana pendukung pelayanan, kelengkapan peralatan, serta penampilan perusahaan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Temuan ini sesuai dengan konsep SERVQUAL yang

menempatkan fasilitas, peralatan, dan penampilan personel sebagai bagian penting dari persepsi kualitas pelayanan [8]. Dalam jasa keagenan kapal, fasilitas administrasi yang memadai, sarana komunikasi, dan lingkungan kerja yang tertata mendukung kelancaran pelayanan sekaligus membangun persepsi profesional. Hasil ini juga selaras dengan temuan penelitian sebelumnya bahwa fasilitas pendukung merupakan salah satu aspek yang berkontribusi pada kualitas pelayanan pengguna jasa.

2) Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan

Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,241 dan p-value 0,018. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara konsisten, tepat waktu, dan sesuai prosedur berperan dalam membentuk kepuasan. Pada jasa keagenan kapal, reliability berkaitan erat dengan ketepatan pengurusan dokumen, ketepatan pelayanan kedatangan dan keberangkatan kapal, serta konsistensi penyampaian informasi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian mengenai jasa keagenan kapal yang menekankan kecepatan, ketepatan waktu, efektivitas administrasi, dan kompetensi sebagai faktor penting dalam pelayanan [11], [12].

3) Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan

Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,152 dan p-value 0,047. Meskipun merupakan pengaruh paling kecil dibandingkan dimensi lain, hubungan tersebut tetap signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kesediaan perusahaan merespons kebutuhan, memberikan informasi, dan menangani masalah pelanggan tetap menjadi bagian penting dalam pengalaman pelayanan. Dalam operasional keagenan kapal, perubahan jadwal, kebutuhan dokumen, dan koordinasi dengan pihak terkait membutuhkan respons cepat agar tidak menghambat kegiatan kapal. Temuan ini mendukung penelitian yang menunjukkan pentingnya responsivitas, komunikasi, dan koordinasi dalam efektivitas pelayanan keagenan [4], [5], [12].

4) Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan

Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,211 dan p-value 0,026. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kompetensi, profesionalisme, kemampuan memberikan rasa aman, serta kepercayaan yang dibangun perusahaan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam jasa keagenan kapal, pelanggan menyerahkan berbagai kebutuhan administrasi dan operasional kepada agen sehingga kompetensi petugas dan keakuratan informasi menjadi aspek penting. Kepercayaan pelanggan akan semakin kuat ketika perusahaan mampu menjalankan prosedur secara profesional dan memberikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

5) Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan

Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur 0,190 dan p-value 0,032. Hal ini berarti perhatian, kepedulian, kemampuan memahami kebutuhan pelanggan, dan komunikasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan. Nilai mean empathy yang juga tinggi, yaitu 3,980, menunjukkan bahwa pelanggan menilai perhatian perusahaan secara relatif baik. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pelayanan jasa bukan hanya menyangkut penyelesaian proses administrasi, tetapi juga kualitas hubungan dan pengalaman interaksi dengan pelanggan. Penelitian terdahulu pada jasa keagenan kapal juga menunjukkan pentingnya komunikasi dan hubungan kerja dalam membangun kepuasan dan keberlanjutan hubungan dengan pelanggan [11].

6) Temuan Utama Penelitian

Temuan utama penelitian adalah dominannya dimensi tangible dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, meskipun reliability dan empathy memiliki nilai rata-rata deskriptif tertinggi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dimensi yang dinilai baik oleh responden belum tentu menjadi dimensi dengan pengaruh struktural terbesar. Dengan kata lain, peningkatan kepuasan pelanggan paling sensitif terhadap perbaikan aspek bukti fisik dalam model penelitian. Perusahaan perlu mempertahankan reliability dan empathy yang telah dinilai baik sekaligus memprioritaskan peningkatan fasilitas, sarana pendukung, teknologi informasi, dan lingkungan pelayanan. Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa seluruh dimensi SERVQUAL memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa keagenan kapal yang terdiri atas tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak. Tangible merupakan dimensi paling dominan dengan koefisien jalur 0,347 dan p-value 0,003. Reliability memiliki koefisien 0,241 dengan p-value 0,018;

responsiveness 0,152 dengan p-value 0,047; assurance 0,211 dengan p-value 0,026; dan empathy 0,190 dengan p-value 0,032. Nilai R^2 sebesar 0,783 menunjukkan bahwa kelima dimensi mampu menjelaskan 78,3% variasi kepuasan pelanggan. Nilai Q^2 sebesar 0,783 menunjukkan predictive relevance yang kuat dan GoF sebesar 0,764 menunjukkan kesesuaian model yang substantial.

5.2. Saran

PT Putra Segara Mandiri Cabang Pontianak disarankan mempertahankan kualitas pelayanan pada seluruh dimensi SERVQUAL dan memberikan prioritas peningkatan pada tangible karena menjadi dimensi dengan pengaruh paling besar. Perusahaan dapat meningkatkan kelengkapan fasilitas kantor, sarana dan prasarana pelayanan, pemanfaatan teknologi informasi, serta kenyamanan dan profesionalitas lingkungan kerja. Selain itu, kompetensi karyawan perlu diperkuat melalui pelatihan berkala agar pelayanan semakin cepat, tepat, dan akurat. Reliability, responsiveness, assurance, dan empathy juga perlu terus ditingkatkan melalui konsistensi pelayanan, respons yang cepat, informasi yang akurat, serta komunikasi dan perhatian yang lebih baik kepada pelanggan. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga, citra perusahaan, kepercayaan, loyalitas, dan customer value agar penjelasan terhadap kepuasan pelanggan menjadi lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- [1] Y. Rochwulaningsih, S. T. Sulistiyono, N. N. Masruroh, and N. N. Maulany, "Marine policy basis of Indonesia as a maritime state: The importance of integrated economy," *Marine Policy*, vol. 108, p. 103602, 2019, doi: 10.1016/j.marpol.2019.103602.
- [2] F. C. J. Kastanya, W. Sapulette, and G. Y. Titahena, "Studi kelayakan fasilitas dan kinerja operasional Pelabuhan Galala Kecamatan Sirimau Kota Ambon," *JURNAL MANUMATA*, vol. 9, no. 1, pp. 38–46, 2023.
- [3] M. Sahid, F. Rinaldi, I. Handayani, and M. J. Sianipar, "Pelayanan jasa keagenan kapal dan hambatan pada PT. Taruna Cipta Kencana Cabang Dumai," *Journal of Maritime and Education*, vol. 7, no. 2, pp. 855–860, 2025, doi: 10.54196/jme.v7i2.208.
- [4] L. Lesmini, D. J. Najooan, M. N. Ruslani, M. I. Firdaus, P. C. Susanto, and R. F. Suryawan, "Strategi pelayanan perusahaan jasa keagenan kapal dalam menangani kedatangan dan keberangkatan kapal," *Jurnal Transportasi, Logistik, dan Aviassi*, vol. 1, no. 2, pp. 129–139, 2022, doi: 10.52909/jtla.v1i2.60.
- [5] Y. Pratama, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen: Survey pada salah satu perusahaan sepeda di Kota Bandung," 2023, doi: 10.55208/bistek.v14i2.231.
- [6] R. R. A. Kurniasari and N. Oktarina, "Pengaruh fasilitas kantor, disiplin kerja, dan kompetensi pegawai terhadap kualitas pelayanan," *Business and Accounting Education Journal*, vol. 1, no. 3, pp. 280–289, 2020, doi: 10.15294/baej.v1i3.46524.
- [7] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [9] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [10] I. J. Sembiring, Suharyono, and A. Kusumawati, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 1–10, 2014.
- [11] Adawiyah, "Kualitas pelayanan jasa keagenan kapal dan komunikasi interpersonal pada perusahaan pelayaran," 2024.
- [12] D. Wulan, A. Rahma, and J. Dwiridotjahjono, "Efektivitas kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa keagenan kapal PT. Dwi Samudera Line," *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, vol. 4, no. 2, pp. 2815–2822, 2025.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 2023.
- [14] J. F. Hair et al., *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson, 2010.
- [15] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2019.