



BAB I

PENDAHULUAN UMUM

1.1 Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, terdiri dari lebih dari 3.700 pulau yang tersebar di berbagai wilayah dengan karakteristik geografis yang beragam. Dalam konteks ini, transportasi laut tidak hanya menjadi tulang punggung konektivitas antarwilayah tetapi juga menjadi jalur utama untuk perdagangan domestik dan internasional. Garis pantai sepanjang 80.000 km memberikan Indonesia potensi besar sebagai negara maritim yang mampu menghubungkan daerah terpencil dan memobilisasi sumber daya alam serta hasil industri.

Transportasi laut memiliki keunggulan dibanding moda transportasi lainnya, terutama dalam pengangkutan barang dengan volume besar. Kapal laut mampu membawa ribuan ton muatan dalam satu perjalanan, menjadikannya pilihan yang lebih ekonomis dibandingkan transportasi darat atau udara. Hampir semua barang ekspor dan impor, termasuk bahan mentah dan barang konsumsi, diangkut menggunakan jalur laut. Oleh karena itu, keberadaan pelabuhan sebagai infrastruktur pendukung menjadi elemen vital dalam mendukung efisiensi dan kelancaran aktivitas logistik.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor transportasi laut Indonesia mengalami perkembangan signifikan, terutama di terminal peti kemas. Menurut data dari PT Pelindo Terminal Petikemas (SPTP), volume arus peti kemas mengalami peningkatan sebesar 7%, dari 10.208.492 TEUs pada tahun 2020 menjadi 10.973.567 TEUs pada tahun 2021. Peningkatan ini mengindikasikan tingginya kebutuhan akan layanan peti kemas yang efisien. Di sisi lain, pertumbuhan ini juga membawa tantangan baru, yakni perlunya penyediaan fasilitas, peralatan, dan sumber daya manusia yang memadai untuk mendukung peningkatan tersebut.

Terminal Petikemas Kariangau (TPK) menjadi salah satu pelabuhan yang mendapat perhatian khusus, karena merupakan hasil kerja sama antara Pemerintah Pusat melalui PT Pelindo Terminal Petikemas dan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. Terminal ini didesain untuk mendukung aktivitas ekonomi di Kalimantan Timur, khususnya dalam mendukung pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) di wilayah tersebut. Dengan lokasi strategis dan kedalaman



kolam yang memadai, TPK ditetapkan sebagai salah satu jalur logistik utama untuk mendukung operasional pembangunan IKN.

Ada tiga pelabuhan logistik yang menjadi pendukung utama pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) di Kalimantan Timur, yaitu PT Kaltim Kariangau Terminal (KKT), ITCI Hutani Manunggal, dan ITCI Kartika Utama. Berdasarkan analisis lingkungan, ALKI (Alur Laut Kepulauan Indonesia), kedalaman kolam dan alur, ketersediaan lahan, konektivitas dengan rencana jaringan transportasi, serta tata ruang kawasan IKN, PT Kaltim Kariangau Terminal ditetapkan sebagai outlet utama untuk angkutan barang (logistik) operasional IKN (sumber: Paparan Dirjen Perhubungan Laut, Webinar Smart Transportation IKN, 25 Mei 2021).



Gambar 1.1 Lokasi Terminal Petikemas Kariangau ke IKN

Saat ini, pelayanan yang diberikan oleh Terminal Petikemas Kariangau masih belum mencapai tingkat optimal bagi para pengguna jasa, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kinerja. Kondisi ini terlihat dari beberapa indikator kinerja operasional pelabuhan yang belum sepenuhnya sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh KSOP (Terminal Petikemas Kariangau, 2021), di antaranya sebagai berikut:

- Receiving yang memiliki standar KSOP sebesar 30 box/jam, realisasi pada tahun 2021 hanya 9 box/jam.
- Delivery yang memiliki standar KSOP sebesar 45 box/jam, realisasi pada tahun 2021 hanya 26 box/jam.
- Kesiapan operasi peralatan yang memiliki standar KSOP sebesar 85%, realisasi pada tahun 2021 hanya 83%.



Pada tahun 2021, Terminal Petikemas Kariangau telah melakukan survei kepuasan pelanggan yang melibatkan enam responden untuk layanan loket dan lapangan, dengan hasil menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup baik terhadap kondisi alat bongkar muat. Selain itu, survei juga dilakukan terhadap lima responden untuk layanan di dermaga, yang menghasilkan tingkat kepuasan serupa terhadap kondisi alat bongkar muat (data PT KKT tahun 2021). Namun, hasil survei ini belum sepenuhnya merepresentasikan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan, mengingat jumlah responden yang terbatas dan meningkatnya ekspektasi pelanggan seiring waktu.

Dalam upaya memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, Terminal Petikemas Kariangau terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas layanannya. Upaya ini dilaksanakan dengan memberikan layanan yang tepat waktu, aman, dan dapat diandalkan. Peningkatan kualitas layanan juga diperkuat dengan adanya fasilitas bongkar muat yang canggih, tenaga kerja yang kompeten, serta penerapan sistem komputerisasi yang memenuhi standar internasional.

Untuk menghadapi tantangan ini, TPK terus berusaha memperbaiki kualitas layanannya melalui modernisasi fasilitas, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan penerapan sistem komputerisasi yang sesuai dengan standar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi persepsi dan ekspektasi pelanggan terkait kualitas layanan bongkar muat di TPK, serta merumuskan strategi untuk meningkatkan layanan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada rumusan masalah berikut:

1. Kualitas layanan bongkar muat di TPK perlu dianalisis berdasarkan persepsi dan harapan pengguna jasa untuk memahami sejauh mana layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi mereka.
2. Berdasarkan hasil analisis kualitas layanan, perlu dirumuskan strategi peningkatan layanan bongkar muat yang dapat diterapkan guna meningkatkan kepuasan pengguna dan efektivitas operasional di terminal.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan meliputi:

1. Mengevaluasi kualitas layanan bongkar muat peti kemas di TPK berdasarkan persepsi dan harapan pengguna jasa.



2. Merumuskan langkah strategis yang dapat meningkatkan kualitas layanan di TPK, sehingga memenuhi ekspektasi pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi layanan, memperbaiki kinerja operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait analisis kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks layanan bongkar muat peti kemas.
3. Menyediakan referensi dan data awal bagi penelitian yang ingin mengeksplorasi lebih jauh mengenai hubungan antara layanan bongkar muat, kepuasan pelanggan, dan produktivitas pelabuhan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada beberapa batasan yang ditetapkan:

1. Lokasi penelitian hanya mencakup Terminal Petikemas Kariangau.
2. Responden penelitian melibatkan pelanggan yang secara langsung menggunakan layanan TPK, termasuk pemilik kapal dan pemilik barang.
3. Fokus penelitian hanya pada program layanan terkait operasional alat bongkar muat di terminal.

1.6 Kerangka Berpikir dan Alur Penelitian

Kerangka pemikiran memiliki peran penting dalam memberikan panduan menyeluruh mengenai arah dan tahapan penelitian, sehingga mempermudah pemahaman terhadap tujuan serta langkah-langkah yang dilakukan. Penelitian ini didorong oleh kondisi ekonomi nasional dan global yang tidak stabil, serta meningkatnya persaingan di sektor bongkar muat peti kemas di wilayah Indonesia Timur. Kondisi tersebut berdampak langsung pada tingkat produktivitas kegiatan bongkar muat di Terminal Petikemas Kariangau. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi menyeluruh dan penyusunan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terminal. Hal ini mencakup pengelolaan aspek-aspek penting, seperti fasilitas, sarana pendukung, tenaga kerja, dan proses operasional.

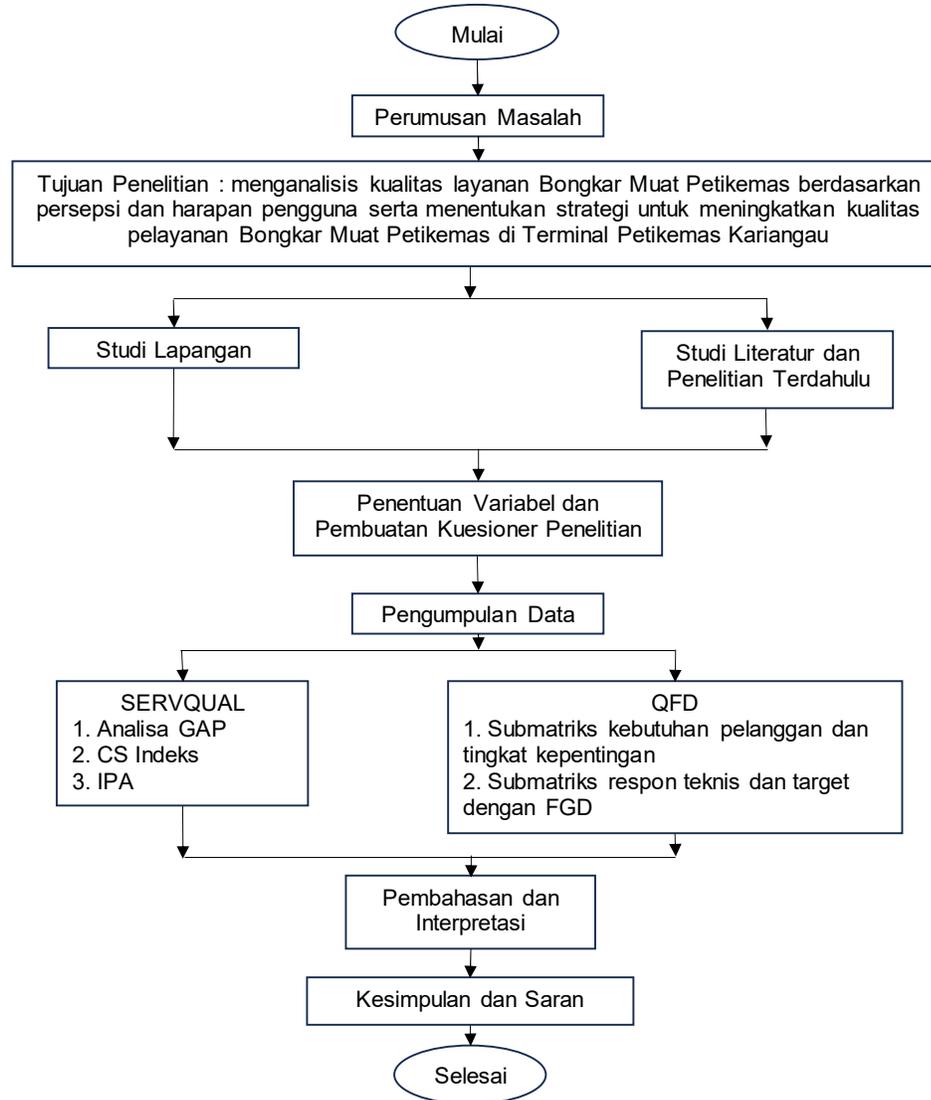


Peningkatan kepuasan pelanggan terhadap layanan Terminal Petikemas Kariangau menjadi faktor kunci untuk menjaga kepercayaan pengguna jasa sekaligus mendukung keberlanjutan dan kemajuan perusahaan. Untuk itu, penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi dan harapan pelanggan dengan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Analisis ini mencakup lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*): Fasilitas dan peralatan yang tersedia di terminal.
2. Keandalan (*Reliability*): Konsistensi dan akurasi dalam penyediaan layanan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kecepatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*): Kepercayaan dan kompetensi tenaga kerja.
5. Empati (*Empathy*): Pemahaman dan perhatian terhadap kebutuhan individu pelanggan.

Hasil analisis terhadap kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan akan digunakan sebagai dasar perbaikan dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode ini bertujuan menentukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan Terminal Petikemas Kariangau.

Untuk mendukung penelitian ini, dilakukan kajian teori dan tinjauan pustaka yang relevan. Hasil dari kajian tersebut akan dijadikan sebagai data pendukung dalam analisis lebih lanjut. Hasil akhir penelitian diharapkan dapat menjadi acuan manajemen dalam pengambilan keputusan strategis yang dituangkan dalam bentuk kesimpulan dan rekomendasi. Diagram alir penelitian memberikan gambaran keseluruhan dari proses yang akan dilakukan dalam penelitian ini.



Gambar 1.2 Diagram Alir Penelitian



BAB II

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BONGKAR MUAT PETIKEMAS DI TERMINAL PETIKEMAS KARIANGAU

2.1 Abstrak

Layanan yang disediakan oleh PT Kaltim Kariangau Terminal masih belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Hal ini tercermin dari berbagai keluhan yang diterima terkait beberapa aspek layanan, termasuk penampilan fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan kredibilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan bongkar muat peti kemas di Terminal Petikemas Kariangau berdasarkan persepsi dan harapan pengguna jasa. Kualitas layanan sendiri dapat diartikan sebagai tingkat mutu yang mampu memenuhi harapan konsumen. Namun, setiap pelanggan memiliki persepsi dan ekspektasi yang bervariasi, sehingga kualitas layanan sangat bergantung pada pandangan subjektif masing-masing individu. Untuk menganalisis kualitas pelayanan bongkar muat, penelitian ini menggunakan enam dimensi layanan dengan metode Analisis Gap dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Sebelum analisis dilakukan, langkah awal meliputi identifikasi variabel penelitian, pengumpulan data, pemilihan populasi serta sampel, dan pengujian validitas serta reliabilitas instrumen. Berdasarkan hasil Analisis Gap, ditemukan adanya nilai gap negatif pada semua dimensi kepuasan, yaitu: penampilan fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan kredibilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pada dimensi-dimensi tersebut masih berada di bawah ekspektasi pelanggan. Meskipun demikian, rata-rata tingkat kepuasan pelanggan berada dalam kategori "Puas" (P), dengan nilai gap rata-rata sebesar -0,365. Hal ini mengindikasikan bahwa, meskipun layanan telah memenuhi sebagian besar harapan pelanggan, masih terdapat ruang yang signifikan untuk perbaikan guna meningkatkan kualitas layanan di Terminal Petikemas Kariangau.

Kata Kunci: Persepsi, Harapan, Analisis Gap, *Customer Satisfaction Index* (CSI)



2.2 Latar Belakang

Kualitas memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hubungan erat antara keduanya dapat mendorong terciptanya kolaborasi yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan dalam jangka panjang. Melalui hubungan yang berkelanjutan, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan mereka secara efektif. Peningkatan kepuasan ini pada akhirnya dapat memperkuat hubungan kerja yang baik antara kedua belah pihak serta memastikan perusahaan mampu memberikan layanan yang memenuhi standar kualitas.

Di sektor pelabuhan, evaluasi kualitas layanan umumnya dilakukan berdasarkan indikator kinerja operasional. Namun, di Terminal Petikemas Kariangau, pencapaian beberapa indikator ini belum sesuai dengan standar yang ditetapkan. Berdasarkan Keputusan Kepala Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas I Balikpapan (2021), target penerimaan barang adalah 30 box per jam, tetapi realisasi pada tahun yang sama hanya mencapai 9 box per jam. Demikian pula, target pengiriman barang sebesar 45 box per jam hanya tercapai sebesar 26 box per jam. Selain itu, tingkat kesiapan peralatan operasional yang ditargetkan sebesar 85% hanya terealisasi sebesar 83%. Capaian ini menunjukkan adanya sejumlah masalah yang menyebabkan pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima belum memadai.

Kualitas layanan yang diberikan oleh PT Kaltim Kariangau Terminal masih belum optimal untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini terbukti dari beberapa keluhan yang berkaitan dengan berbagai dimensi layanan, seperti penampilan fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan kredibilitas. Pada tahun 2021, survei kepuasan pelanggan dilakukan dengan melibatkan enam responden untuk layanan loket dan lapangan, serta lima responden untuk layanan dermaga. Hasil survei menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup baik terkait kondisi alat bongkar muat. Namun, hasil ini tidak dapat sepenuhnya merepresentasikan tingkat kepuasan keseluruhan pelanggan karena terbatasnya jumlah responden dan cakupan dimensi layanan yang dievaluasi. Selain itu, survei belum mengakomodasi harapan pelanggan yang terus berkembang.

Menurut Phillip Kotler (1999), layanan adalah suatu tindakan atau performa yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, tanpa melibatkan transfer kepemilikan. Layanan ini dapat terkait dengan produk fisik atau tidak. Dalam dunia



bisnis jasa, pelayanan yang berkualitas menjadi kunci keberhasilan perusahaan, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama, perusahaan harus mampu menyediakan layanan yang unggul.

Fandy Tjiptono (2002) menjelaskan bahwa kualitas layanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diharapkan serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankannya. Layanan yang berkualitas mampu memenuhi atau bahkan melampaui kebutuhan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan layanan yang diterima sering kali dipengaruhi oleh pengalaman mereka sebelumnya atau rekomendasi pihak lain. Setelah mendapatkan layanan, pelanggan akan membandingkan pengalaman tersebut dengan ekspektasi awal mereka untuk menilai apakah layanan yang diterima sudah memenuhi standar yang diharapkan.

Menurut Kotler (2009), kualitas mencakup seluruh karakteristik suatu produk atau layanan yang menentukan kapasitasnya dalam mencapai kebutuhan eksplisit maupun implisit pelanggan. David, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2006), mengidentifikasi lima perspektif utama untuk mengevaluasi kualitas:

1. *Transcendental Approach*

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai kecemerlangan yang bersifat bawaan, yang dapat dirasakan atau diketahui, namun sulit untuk didefinisikan dan dioperasionalkan. Perspektif ini umumnya diterapkan dalam bidang seni, seperti musik, drama, tari, dan seni rupa.

2. *Product-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas sebagai ciri atau indikator yang dapat diukur secara kuantitatif. Perbedaan kualitas mencerminkan variasi dalam jumlah atau sejumlah elemen yang dimiliki oleh produk. Karena pandangan ini sangat bersifat objektif, pendekatan ini tidak mampu menjelaskan perbedaan selera, kebutuhan, dan preferensi yang bersifat individu.

3. *User-based Approach*

Pendekatan ini berlandaskan pada pandangan bahwa kualitas bergantung pada persepsi individu, sehingga produk yang paling mampu memenuhi preferensi seseorang (misalnya kualitas yang dirasakan) dianggap sebagai produk dengan kualitas tertinggi. Perspektif yang bersifat subjektif dan berfokus pada permintaan ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, sehingga bagi setiap



individu, kualitas dianggap setara dengan tingkat kepuasan maksimal yang mereka rasakan.

4. *Manufacturing-based Approach*

Pendekatan ini berfokus pada aspek pasokan dan lebih menekankan pada teknik rekayasa serta proses manufaktur, dengan menganggap kualitas sebagai kesesuaian dengan standar yang ditentukan (*conformance to requirements*). Dalam konteks layanan, kualitas ditentukan oleh faktor operasional. Pendekatan ini fokus pada pemenuhan spesifikasi internal, yang sering kali dipengaruhi oleh tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi pengeluaran. Akibatnya, kualitas diukur berdasarkan standar yang ditetapkan oleh perusahaan, bukan berdasarkan kebutuhan atau harapan pelanggan.

5. *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari sudut pandang nilai dan harga, dengan menekankan keseimbangan antara kinerja dan biaya. Dalam perspektif ini, kualitas didefinisikan sebagai "keunggulan yang terjangkau" (*affordable excellence*). Pandangan ini bersifat subjektif, yang berarti produk dengan kualitas terbaik tidak selalu menjadi yang paling bernilai. Sebaliknya, produk atau layanan yang paling bernilai adalah yang dianggap sebagai pilihan terbaik oleh konsumen untuk dibeli (*best-buy*).

Layanan atau jasa dapat dijelaskan sebagai tindakan yang disediakan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berbentuk fisik dan tidak menciptakan transfer kepemilikan (Kotler & Keller, 2012). Sementara itu, menurut Angelova dan Zekiri (2011), layanan adalah aktivitas yang melibatkan elemen-elemen tak berwujud dan berfokus pada interaksi antara konsumen atau properti mereka, tanpa adanya transfer kepemilikan. Kotler dan Keller (2012) mengidentifikasi empat karakteristik utama dari layanan yang perlu dipertimbangkan.

1. Tidak berwujud

Layanan memiliki sifat tak berwujud, artinya ia tidak bisa dilihat, dirasakan, atau dinikmati oleh konsumen sebelum pembelian dilakukan. Ketidakberwujudan ini memiliki dua makna utama:

- a. Sesuatu yang tidak memiliki bentuk fisik dan tidak dapat dirasakan secara langsung.



- b. Sesuatu yang sulit untuk dijelaskan, dirumuskan, atau dipahami dalam konteks pemahaman atau perasaan.
2. Tidak dapat dipisahkan
Layanan diproduksi bersamaan dengan permintaannya. Ketika layanan diberikan, konsumen menjadi bagian dari proses tersebut. Karakteristik penting dalam pemasaran jasa adalah adanya hubungan langsung antara penyedia layanan dan pelanggan.
3. Tidak tahan lama
Layanan tidak bisa disimpan untuk dijual atau digunakan di masa depan. Oleh karena itu, layanan bersifat sementara dan tidak dapat dipertahankan. Jika tidak digunakan pada saat itu, layanan akan hilang begitu saja.
4. Bervariasi
Layanan dapat berbeda secara signifikan tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kondisi saat layanan diberikan. Layanan tidak terstandarisasi, artinya bentuk, kualitas, dan jenis layanan bisa berbeda-beda, tergantung siapa yang menyediakannya, kapan, dan di mana. Ada tiga hal yang menyebabkan variasi kualitas layanan: tingkat partisipasi pelanggan dalam proses layanan, motivasi atau semangat karyawan dalam memberikan pelayanan, serta beban kerja yang dihadapi perusahaan.

Mengacu pada definisi kualitas dan layanan yang telah dijelaskan sebelumnya, kualitas layanan dapat dipahami sebagai sejauh mana mutu yang diberikan memenuhi harapan pelanggan (Lovelock, 1992). Sementara itu, menurut Angelova dan Zekiri (2011), berikut adalah beberapa karakteristik yang mencirikan kualitas layanan:

1. Evaluasi kualitas layanan lebih sulit dilakukan dibandingkan dengan kualitas produk.
2. Kualitas layanan ditentukan oleh perbandingan antara harapan konsumen dan kenyataan yang mereka terima.
3. Penilaian terhadap kualitas layanan pada akhirnya bergantung pada persepsi konsumen. Perspektif mengenai kualitas layanan dimulai dari bagaimana penyedia jasa mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Untuk menilai kualitas pelayanan dalam produk dan jasa, berbagai dimensi atau faktor digunakan. Berdasarkan hasil penelitian Parasuraman (1990), terdapat 10 dimensi utama yang menunjukkan parameter penilaian yang digunakan



pelanggan untuk menilai kualitas layanan, antara lain: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Courtesy, Credibility, Security, Access, Communication, dan Understanding the Customer*. Parasuraman (1990) kemudian menyempurnakan dimensi-dimensi tersebut menjadi alat pengukur kualitas layanan yang dikenal sebagai ServQual. Dalam metodologi ServQual, tujuh dimensi terakhir digabungkan ke dalam dua kategori besar, yaitu assurance dan empathy, sehingga dimensi-dimensi dalam ServQual disederhanakan menjadi:

1. Bukti Fisik mencakup fasilitas, peralatan, staf, dan sarana komunikasi. Dimensi ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada publik. Penampilan fasilitas perusahaan, karyawan, serta lingkungan sekitar menjadi indikator fisik dari layanan yang diberikan kepada pelanggan.
2. Keandalan berkaitan dengan kemampuan untuk menyediakan layanan sesuai janji dengan tepat waktu, akurat, dan memuaskan. Ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk secara konsisten memenuhi janji layanan yang telah diberikan dengan kepercayaan yang tinggi. Kinerja yang memenuhi ekspektasi pelanggan mencakup ketepatan waktu, konsistensi, sikap yang ramah, serta tingkat akurasi yang sangat baik.
3. Daya Tanggap merujuk pada kesiapan dan kesediaan staf untuk membantu pelanggan serta memberikan layanan yang cepat dan responsif. Ini berarti kemampuan perusahaan untuk memberikan bantuan dan menyediakan layanan tepat waktu dan efisien, dengan komunikasi yang jelas kepada pelanggan.
4. Jaminan mencakup aspek keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Dimensi ini melibatkan pengetahuan, keterampilan, sikap ramah, dan menghilangkan risiko atau keraguan, sehingga menciptakan rasa aman bagi pelanggan.
5. Empati mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan yang erat, memberikan perhatian individu, dan memahami kebutuhan unik setiap pelanggan. Dimensi ini menekankan pentingnya perusahaan dalam memiliki wawasan yang mendalam tentang pelanggan serta kemampuan untuk berkomunikasi dengan mereka secara efisien.
6. Kredibilitas mencerminkan sejauh mana konsumen mempercayai kemampuan perusahaan untuk merancang dan menyediakan produk serta



layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Keller, 2008:125). Metode pengukuran kualitas layanan ServQual terdiri dari dua bagian:

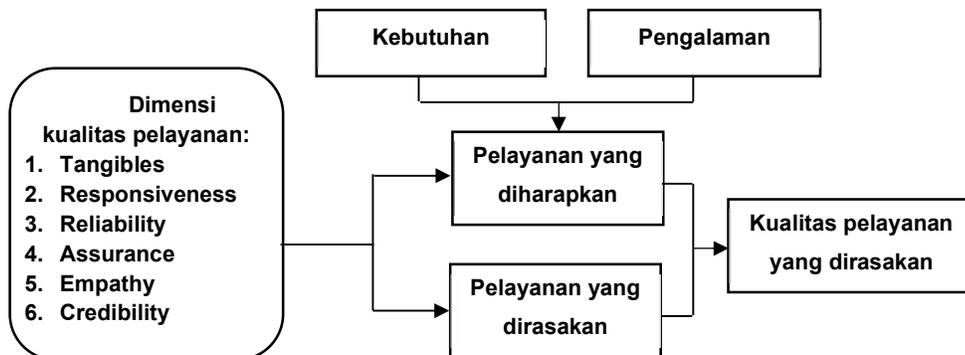
a) Kebutuhan Konsumen

Menurut Sukirno (1999), kebutuhan konsumen adalah keinginan untuk memperoleh dan mengonsumsi barang atau jasa. Kebutuhan ini menjadi dasar bagi perilaku konsumen. Untuk memahami perilaku konsumen, penting untuk memahami kebutuhan mereka terlebih dahulu. Moroney (1977) mengklasifikasikan kebutuhan konsumen ke dalam beberapa kategori:

1. Kebutuhan normatif adalah kebutuhan yang timbul dalam diri individu, yang dipengaruhi oleh nilai-nilai, lingkungan sosial, dan peraturan hukum yang ada di sekitarnya.
2. Kebutuhan yang dirasakan adalah kebutuhan yang muncul dalam pikiran konsumen, sering disebut sebagai *felt need*.
3. Kebutuhan yang diekspresikan adalah kebutuhan yang dirasakan yang kemudian diwujudkan dalam penggunaan layanan.
4. adalah kebutuhan yang pemenuhannya bisa berbeda antara individu satu dengan lainnya, atau antara satu daerah dengan daerah lainnya.

b) Harapan Pelanggan

Harapan adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Zeithaml et al., dalam Tjiptono (1997), menjelaskan bahwa harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan mereka terima. Harapan pelanggan biasanya terbentuk dengan membandingkan ekspektasi mereka terhadap standar ideal, yang berfungsi sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu produk atau layanan. Hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dan harapan pelanggan dapat digambarkan melalui model ini.



Gambar 2.1 Kualitas Pelayanan dan Harapan Pelanggan (Zeithaml, dkk., dalam Tjiptono 1997)



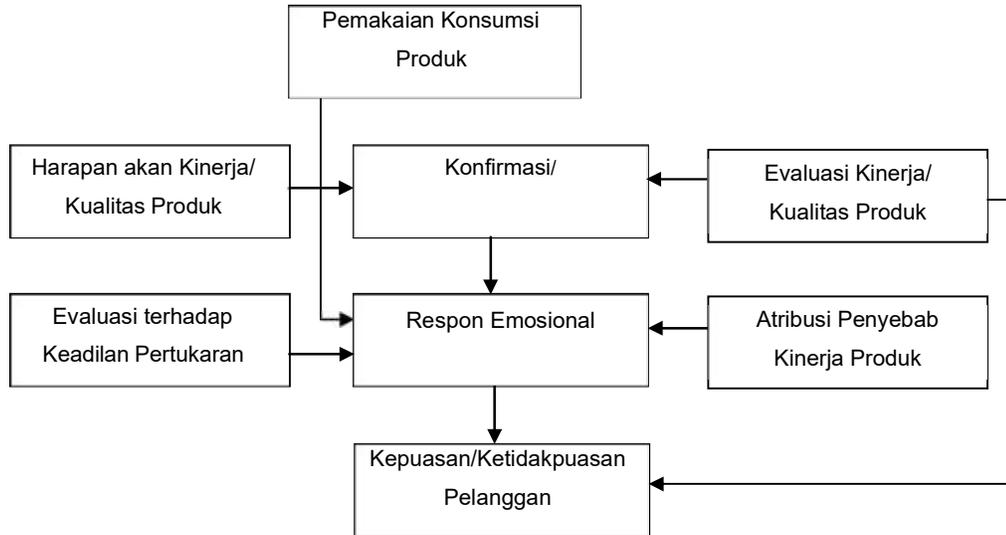
Berikut adalah beberapa penjelasan kepuasan pelanggan menurut berbagai ahli:

1. Menurut Kotler (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan emosional yang timbul, berupa kebahagiaan atau kekecewaan, setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil produk yang diterima dengan harapan yang telah mereka miliki sebelumnya.
2. Engel (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian konsumen terhadap alternatif yang dipilih, yang setidaknya harus menghasilkan sesuatu yang sesuai atau bahkan melampaui harapan mereka. Ketidakpuasan terjadi ketika hasil yang diperoleh tidak mencapai harapan tersebut.
3. Oliver dalam Tjiptono (2009) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi terhadap kejutan yang dirasakan ketika seseorang memperoleh suatu produk atau mengalami konsumsi layanan tertentu.
4. Umar (2009) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian setelah pembelian, sehingga konsumen mengevaluasi apakah kinerja produk atau layanan yang diterima sesuai dengan atau bahkan melampaui harapan mereka sebelum melakukan pembelian..

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berfokus pada perspektif konsumen, yakni membandingkan pengalaman mereka terhadap layanan yang diterima dengan apa yang mereka harapkan. Pelanggan yang memiliki ekspektasi tinggi cenderung lebih sulit untuk merasa puas dibandingkan mereka yang memiliki harapan lebih rendah terhadap kualitas layanan. Kotler dan Keller (2012) mengidentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi harapan pelanggan, yaitu:

1. Kebutuhan pribadi
2. Pengalaman masa lalu
3. Rekomendasi dari mulut ke mulut
4. Komunikasi internal

Urutan terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dapat digambarkan melalui konsep yang digambarkan dalam ilustrasi berikut.



Gambar 2.2 Konsep Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan (Kotler dan Keller 2012)

2.3 Metode

2.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dirintis sejak penulis memulai program magister pada awal tahun 2022. Kegiatan awal penelitian mencakup penelusuran literatur, identifikasi permasalahan utama, serta kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan. Tahap pengumpulan data di lapangan, yang meliputi proses pengumpulan informasi, analisis data, dan penyusunan kesimpulan, dimulai pada penghujung tahun 2022 dan direncanakan akan selesai pada tahun 2024.



Gambar 2.3 Lokasi Penelitian



2.3.2 Penentuan Variabel

Variabel dalam penelitian ini merujuk pada segala hal yang menjadi objek pengamatan, yang dapat diubah, dikendalikan, atau diamati oleh peneliti. Fokus utama dari penelitian ini adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan petikemas di Terminal Petikemas Kariangau. Mengingat kualitas pelayanan adalah konsep yang sulit diukur secara langsung, identifikasi variabel-variabel penelitian membutuhkan penggunaan dimensi-dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas layanan dengan cara yang terukur. Kotler dan Keller (2012) menawarkan pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*) yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Pendekatan ini menerapkan metode pengukuran kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang mencakup lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu: penampilan fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*empathy*).

Dimensi-dimensi ini menjadi dasar bagi variabel penelitian, di mana masing-masing variabel memiliki indikator-indikator spesifik. Indikator-indikator tersebut disesuaikan dengan konteks kepuasan pelanggan di Terminal Petikemas Kariangau berdasarkan tinjauan literatur yang relevan. Untuk penelitian ini, indikator-indikator tersebut juga disesuaikan dengan jenis pelayanan yang diberikan dalam kegiatan bongkar muat petikemas di terminal terkait.

Detail indikator setiap variabel dirangkum dalam Tabel 2.1, yang menjadi acuan dalam penyusunan kuesioner penelitian. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengevaluasi perbandingan antara realitas yang dirasakan oleh pelanggan dan harapan mereka, menggunakan konsep Level of Importance. Pengukuran dilakukan dengan memanfaatkan skala Likert, yang memungkinkan analisis perbedaan antara tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh pengguna layanan.

1. Skala pengukuran “tingkat harapan” atau harapan yakni: (1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Cukup, (4) Puas, (5) Sangat Puas.
2. Skala pengukuran “tingkat realita” terhadap pelayanan yang dialami atau realita yakni: (1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Cukup, (4) Puas, (5) Sangat Puas.



Tabel 2.1 Variabel Penelitian

Dimensi Kualitas Pelayanan (Kotler & Keller, 2014)	Indikator Kualitas Pelayanan yang digunakan
Penampilan Fisik (X_1)	X_{1.1} Kondisi dermaga layak untuk operasional kapal
	X_{1.2} Kapasitas container yard memadai dan layak
	X_{1.3} Penataan container yard rapi dan terorganisir
	X_{1.4} Penampilan petugas lapangan profesional dan mampu berkomunikasi dengan baik.
	X_{1.5} Jumlah petugas administrasi, operasional tally, dan TKBM mencukupi kebutuhan
	X_{1.6} Peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) dalam kondisi baik dan terawat
	X_{1.7} Peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) mencukupi kebutuhan operasional
	X_{1.8} Papan pengumuman tersedia dalam kondisi baik dan memenuhi kebutuhan informasi
	X_{1.9} Fasilitas umum di terminal dalam kondisi layak dan memadai
Kehandalan (X_2)	X_{2.1} Jadwal sandar kapal di dermaga sesuai dengan perencanaan
	X_{2.2} Jadwal bongkar muat petikemas terlaksana dengan tepat waktu
	X_{2.3} Pelayanan petugas operasional tally di dermaga dan lapangan cepat dan akurat
	X_{2.4} Petugas administrasi memberikan pelayanan dengan efisien dan tepat
	X_{2.5} Jumlah petugas TKBM memadai dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan
	X_{2.6} Peralatan bongkar muat memiliki tingkat produktivitas yang tinggi
	X_{2.7} Tarif layanan sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan
	X_{2.8} Sistem pembayaran mudah diakses dan efisien
	X_{2.9} Proses pencatatan kegiatan bongkar muat dilakukan dengan akurat
Tanggapan (X_3)	X_{3.1} Petugas administrasi menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami
	X_{3.2} Petugas administrasi mampu memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan administrasi
	X_{3.3} Petugas operasional tally dermaga & lapangan cepat menanggapi keluhan pelanggan
	X_{3.4} Kerusakan peralatan bongkar muat dapat diperbaiki dengan cepat dan tepat oleh teknisi
	X_{3.5} Fasilitas informasi di area terminal dapat diakses selama 24 jam
Kepastian (X_4)	X_{4.1} Petugas operasional di pos keamanan tanggap terhadap isu keamanan dan ketertiban



Dimensi Kualitas Pelayanan (Kotler & Keller, 2014)	Indikator Kualitas Pelayanan yang digunakan
	X _{4.2} Operasional lapangan berjalan sesuai dengan Sistem Operasional Prosedur (SOP)
	X _{4.3} Peraturan diterapkan dengan konsisten dan sesuai standar
	X _{4.4} Sanksi tegas diterapkan jika terdapat pelanggaran terhadap peraturan dan SOP
	X _{4.5} Petugas operasional tally di dermaga dan lapangan memiliki kompetensi sesuai kebutuhan kerja
	X _{4.6} Petugas administrasi memiliki kompetensi yang memadai untuk mendukung layanan
Empati (X ₅)	X _{5.1} Petugas administrasi melayani pelanggan dengan ramah dan sopan
	X _{5.2} Petugas operasional tally di dermaga dan lapangan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan
	X _{5.3} Petugas bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan
Kredibilitas (X ₆)	X _{6.1} Petugas administrasi terminal jujur dan dapat dipercaya
	X _{6.2} Petugas operasional di dermaga dan lapangan jujur dan memiliki integritas

2.3.3 Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan masalah penelitian secara objektif dan komprehensif. Proses pengumpulan data mengacu pada hasil studi pustaka dan tinjauan teori yang telah dilakukan sebelumnya. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer terjaring dari survei yang dilakukan terhadap pelanggan Terminal Petikemas Kariangau. Responden dalam survei ini mencakup pelanggan jasa bongkar muat (*shipping line*), baik dari sektor domestik maupun internasional, serta pelanggan yang menggunakan layanan trucking. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner yang telah dirancang dengan khusus, sebagaimana dijelaskan dalam Lampiran 1.

b. Data Sekunder

Data sekunder dimanfaatkan untuk memperkaya dan memperkuat data primer yang telah diperoleh.. Data ini memiliki peran penting dalam memberikan penjelasan operasional yang lebih mendalam mengenai



permasalahan yang sedang diteliti. Selain itu, data sekunder juga membantu dalam memahami berbagai aspek lingkungan yang terkait dengan konteks penelitian. Beberapa jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Informasi terkait kinerja bongkar muat petikemas di Terminal Petikemas Kariangau, baik untuk pengiriman domestik maupun internasional.
2. Data pelanggan yang menggunakan layanan bongkar muat di Terminal Petikemas Kariangau.
3. Informasi mengenai peralatan yang digunakan dalam proses bongkar muat di Terminal Petikemas Kariangau.

2.3.4 Populasi dan Sampel

Dalam proses pengumpulan data melalui survei, penting untuk menentukan jumlah responden yang akan dilibatkan. Langkah ini diambil untuk mengatasi keterbatasan sumber daya, seperti biaya, waktu, tenaga, dan fasilitas yang ada, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan survei pada seluruh populasi pelanggan. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan metode Slovin, yang merupakan cara praktis untuk menentukan ukuran sampel secara efisien.

Metode Slovin, sebagaimana dijelaskan oleh Sevilla et al. (1960), menyediakan rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel berdasarkan total populasi dan margin kesalahan yang diinginkan. Rumus Slovin digunakan untuk memastikan jumlah sampel yang representatif dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} \quad (2.1)$$

n adalah jumlah sampel

N adalah jumlah populasi

E adalah batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah pelanggan petikemas di Terminal Petikemas Kariangau diketahui sebanyak $N = 43$ pelanggan. Dengan asumsi margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh ukuran sampel yang sesuai untuk penelitian ini:



$$n = \frac{43}{(1 + 43 \times 0,10^2)} = 30,06 \approx 30$$

Dengan demikian jumlah sampel yang dipakai adalah 30 responden pelanggan.

2.3.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Sebelum melakukan pengolahan data, langkah awal yang diambil adalah pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua indikator yang dimanfaatkan untuk menilai kepuasan pelanggan telah memenuhi kriteria yang diperlukan.

a. Uji validitas

Pengujian dilakukan dengan tujuan mengevaluasi sejauh mana kecocokan antara pengertian konseptual dan pengertian operasional dari variabel penelitian. Kuesioner dinyatakan valid jika indikator-indikator yang ada di dalamnya mampu secara akurat merepresentasikan konsep yang diukur. Proses pengujian validitas menggunakan metode analisis korelasi Pearson atau Product Moment, dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Metode korelasi Pearson dipilih untuk menguji hubungan antara setiap indikator dengan variabel utama yang diukur. Persamaan berikut digunakan sebagai dasar untuk menghitung korelasi dan menilai validitas indikator.

$$r = \frac{N \sum_{i=1}^n X_i Y_i - (\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i)}{\sqrt{[N \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2] - [N \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2]}} \quad (2.2)$$

Dimana:

X adalah Nilai tiap variabel/pertanyaan

Y adalah Total nilai tiap responden

N adalah Jumlah responden

b. Uji reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam sebuah dimensi atau variabel dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Kuesioner dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik (reliabel) jika



jawaban responden terhadap pertanyaan yang sama tetap stabil ketika diuji pada waktu yang berbeda. Reliabilitas kuesioner ditentukan dengan melihat nilai koefisien Cronbach's Alpha (α). Jika nilai koefisien ini lebih besar dari 0,6, maka kuesioner dinyatakan memenuhi standar reliabilitas. Proses penilaian reliabilitas menggunakan rumus tertentu untuk menghitung koefisien dan memastikan konsistensi data yang diperoleh.

$$\alpha = \frac{K \times r}{[1 + (K - 1) \times r]} \quad (2.3)$$

Dimana:

K adalah Jumlah variabel yang dianalisis

r adalah Rata-rata korelasi antara variabel

2.3.6 Analisis Gap

Perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima dikenal sebagai gap. Perbedaan ini menjadi faktor penting dalam menentukan pandangan pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, analisis gap dapat diartikan sebagai metode untuk mengevaluasi kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan pengalaman mereka terhadap layanan yang diterima. Dalam model Servqual, pengukuran kualitas layanan dilakukan melalui analisis rentang gap dengan pendekatan berbasis skala multi-item. Pendekatan ini digunakan untuk mengevaluasi harapan dan persepsi pelanggan terhadap berbagai dimensi kualitas layanan.

Dimensi-dimensi kualitas layanan dirinci ke dalam sejumlah indikator yang dijadikan pertanyaan dalam kuesioner. Indikator tersebut mewakili variabel harapan dan persepsi, yang diukur menggunakan skala Likert. Untuk mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan gap, perhitungan dilakukan menggunakan rumus tertentu sebagaimana dijelaskan oleh Wijaya (2011).

$$\text{Gap} = P (\text{Perceived service}) - E (\text{expected service}) \quad (2.4)$$

Dimana:

Gap adalah Kualitas pelayanan (*Quality of Service*)

P adalah *Perceived Service* atau persepsi akan layanan

E adalah *Expected service* atau harapan akan layanan



Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur melalui analisis hasil perhitungan gap. Apabila nilai gap yang diperoleh bersifat positif, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa layanan yang mereka terima telah sesuai dengan harapan. Sebaliknya, nilai gap yang negatif menunjukkan bahwa pelanggan merasa kualitas layanan yang diberikan masih belum mencapai ekspektasi mereka. Nilai gap yang paling rendah menandakan aspek tertentu dari layanan yang membutuhkan perhatian utama untuk diperbaiki. Dengan fokus pada perbaikan aspek tersebut, kualitas layanan secara keseluruhan dapat ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

2.3.7 Customer Satisfaction Index (CSI)

Rentang nilai kesenjangan dapat diperhubungkan dengan Customer Satisfaction Index (CSI). Tingkat kepuasan pelanggan yang dihitung berdasarkan analisis gap dapat dikategorikan sesuai dengan klasifikasi yang tercantum dalam Tabel 2.2. Dalam klasifikasi tersebut, simbol H merujuk pada skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini (Aritonang, 2005).

Tabel 2.2 Tingkat kepuasan dengan analisis gap

Gap	Tingkat Kepuasan	CSI
$> 0,00$	Sangat Puas (SP)	> 100
$-0,15(H) \leq Gap \leq 0,00$	Puas (P)	85-100
$-0,30(H) \leq Gap < -0,15(H)$	Cukup Puas (CP)	70 - <85
$-0,45(H) \leq Gap < -0,30(H)$	Kurang Puas (KP)	55 - <70
$Gap < -0,45(H)$	Tidak Puas (TP)	< 55

2.4 Hasil dan Pembahasan

2.4.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian ini dilaksanakan untuk memvalidasi bahwa kuesioner yang diimplementasikan dapat mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur, yaitu apakah indikator-indikator dalam kuesioner tersebut benar-benar mencerminkan variabel yang dimaksud. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilaksanakan dengan menggunakan metode korelasi product moment (Pearson), yang diterapkan pada data yang diperoleh melalui distribusi kuesioner. Pengujian



validitas ini mencakup seluruh indikator yang berkaitan dengan kualitas pelayanan bongkar muat petikemas di PT Kaltim Kariangau Terminal. Pengambilan keputusan terkait validitas dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang dijelaskan lebih lanjut.

Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$	Invalid

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian adalah 30 orang, sehingga derajat kebebasan (df) dihitung dengan cara mengurangi jumlah responden dengan dua, menghasilkan $df = 28$. Berdasarkan $df = 28$, nilai kritis r yang diperoleh dari tabel r adalah 0,361. Dalam uji validitas, apabila nilai r -hitung untuk suatu indikator lebih kecil dari nilai r -tabel, indikator tersebut akan dikeluarkan dari analisis sampai seluruh indikator dalam dimensi tersebut dinyatakan valid.

Disamping uji validitas, penelitian ini juga melibatkan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi atau keandalan indikator-indikator dalam sebuah dimensi atau variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila responden memberikan jawaban yang konsisten atau stabil terhadap pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika nilai α (Cronbach's Alpha) yang diperoleh lebih besar dari 0,6.

Proses pengujian validitas dan reliabilitas terhadap indikator-indikator yang mengukur kepuasan pelanggan petikemas di PT Kaltim Kariangau Terminal dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

- a. Validitas dan Reliabilitas Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan (Harapan)
Hasil perhitungan r -hitung dan α (Cronbach's Alpha) untuk pengujian validitas dan reliabilitas indikator-indikator harapan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 2.3 berikut.



Tabel 2.3 Validitas dan reliabilitas indikator-indikator realita kepuasan pelanggan

Validitas Harapan	Validitas (r) Pengujian	Keterangan
X01	0,726	Valid
X02	0,895	Valid
X03	0,921	Valid
X04	0,909	Valid
X05	0,882	Valid
X06	0,679	Valid
X07	0,704	Valid
X08	0,881	Valid
X09	0,826	Valid
X10	0,902	Valid
X11	0,950	Valid
X12	0,910	Valid
X13	0,886	Valid
X14	0,871	Valid
X15	0,736	Valid
X16	0,803	Valid
X17	0,838	Valid
X18	0,905	Valid
X19	0,916	Valid
X20	0,891	Valid
X21	0,941	Valid
X22	0,834	Valid
X23	0,864	Valid
X24	0,920	Valid
X25	0,921	Valid
X26	0,928	Valid
X27	0,806	Valid
X28	0,947	Valid
X29	0,930	Valid
X30	0,910	Valid
X31	0,877	Valid
X32	0,928	Valid
X33	0,925	Valid
X34	0,911	Valid

Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronch's Alpha	N of Items
0,990	34

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,361, yang menunjukkan bahwa semua indikator tersebut memenuhi syarat dan dapat dianggap valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai α



(Cronbach's Alpha) untuk setiap indikator lebih besar dari angka 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dalam mengukur harapan kepuasan pelanggan di PT Kaltim Kariangau Terminal.

- b. Validitas dan Reliabilitas Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan (Realita)
 Hasil perhitungan nilai r-hitung dan α (Cronbach's Alpha) untuk uji validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur realita kepuasan pelanggan disajikan dalam Tabel 3.3 berikut.

Tabel 2.4 Validitas dan reliabilitas indikator-indikator realita kepuasan pelanggan

Validitas Realita	Validitas (r) Pengujian	Keterangan
X01	0,790	Valid
X02	0,769	Valid
X03	0,901	Valid
X04	0,777	Valid
X05	0,780	Valid
X06	0,587	Valid
X07	0,688	Valid
X08	0,757	Valid
X09	0,589	Valid
X10	0,843	Valid
X11	0,866	Valid
X12	0,888	Valid
X13	0,841	Valid
X14	0,598	Valid
X15	0,668	Valid
X16	0,736	Valid
X17	0,836	Valid
X18	0,868	Valid
X19	0,909	Valid
X20	0,889	Valid
X21	0,861	Valid
X22	0,756	Valid
X23	0,700	Valid
X24	0,896	Valid
X25	0,773	Valid
X26	0,865	Valid
X27	0,877	Valid
X28	0,929	Valid
X29	0,891	Valid
X30	0,843	Valid
X31	0,757	Valid
X32	0,819	Valid
X33	0,828	Valid
X34	0,862	Valid



Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronch's Alpha	N of Items
0,983	34

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r-hitung yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r-tabel yang sebesar 0,361, yang menunjukkan bahwa semua indikator tersebut valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas mengungkapkan bahwa nilai α (Cronbach's Alpha) untuk seluruh indikator lebih besar dari 0,6, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur harapan kepuasan pelanggan di PT Kaltim Kariangau Terminal. Dengan demikian, semua indikator tersebut dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut karena telah memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang ditetapkan untuk kuesioner.

2.4.2 Analisis Gap dan Customer Satisfaction Index (CSI)

Indikator-indikator kepuasan pelanggan dianalisis lebih mendalam menggunakan metode analisis gap dan Customer Satisfaction Index (CSI). Proses analisis ini dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata setiap indikator untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, baik dari perspektif harapan maupun kenyataan. Perhitungan ini menghasilkan nilai gap, yaitu perbedaan antara nilai kenyataan dan harapan. Jika nilai gap menunjukkan angka negatif, ini berarti kepuasan pelanggan belum tercapai. Selain itu, hasil-hasil tersebut juga dikelompokkan ke dalam kategori tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan indeks CSI. Standar pengukuran tingkat kepuasan yang menggunakan analisis gap dengan skala harapan $H = 5$ dapat dilihat pada Tabel 2.5 berikut.

Tabel 2.5 Standar tingkat kepuasan analisis gap

Gap	Tingkat Kepuasan
$> 0,00$	Sangat Puas
$-0,75 \leq \text{Gap} \leq 0,00$	Puas
$-1,50 \leq \text{Gap} < -0,75$	Cukup Puas
$-2,25 \leq \text{Gap} < -1,50$	Kurang Puas
$\text{Gap} < -2,25$	Tidak Puas



Pengumpulan data mengenai kualitas pelayanan dalam penelitian ini didasarkan pada teori kualitas layanan (*service quality*). Indikator yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan melibatkan enam dimensi utama, yaitu penampilan fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan kredibilitas. Hasil dari analisis gap serta Customer Satisfaction Index (CSIndex) untuk setiap dimensi tersebut disajikan dalam Tabel 2.6 berikut.

Tabel 2.6 Hasil analisa *gap* dan CSIndex

Dimensi	Harapan	Realita	Gap	Tingkat Kepuasan
Penampilan Fisik	3,933	3,563	-0,370	Puas (P)
Kehandalan	3,989	3,607	-0,381	Puas (P)
Ketanggapan	4,067	3,707	-0,360	Puas (P)
Kepastian	4,017	3,700	-0,317	Puas (P)
Empati	4,144	3,733	-0,411	Puas (P)
Kredibilitas	4,083	3,733	-0,350	Puas (P)
Rata-Rata	4,039	3,674	-0,365	Puas (P)

Berdasarkan hasil analisis gap yang ditunjukkan dalam Tabel 2.6, semua dimensi kepuasan pelanggan, termasuk penilaian fisik, keandalan, ketanggapan, kepastian, dan empati, memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pada dimensi-dimensi tersebut belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Meskipun demikian, jika gap tersebut dikelompokkan berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSIndex), tingkat kepuasan yang diperoleh berada pada kategori "puas" untuk setiap dimensi. Hal ini sesuai dengan penilaian keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa, secara umum, pelanggan PT Kaltim Kariangau Terminal merasa layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi mereka, meskipun ada ruang untuk perbaikan lebih lanjut.

Selain itu, Tabel 3.5 menunjukkan bahwa dimensi empati memiliki gap terbesar, yaitu -0,411, dibandingkan dengan dimensi lainnya. Oleh karena itu, dimensi empati memerlukan perhatian khusus dan perbaikan dari pihak perusahaan.

Tingkat kepuasan untuk setiap indikator dalam setiap dimensi dianalisis lebih lanjut dengan menghitung rata-rata nilai harapan dan realita. Rata-rata nilai harapan mencerminkan keinginan pelanggan untuk menerima layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka di masa depan. Untuk



menggambarkan harapan pelanggan secara lebih rinci, terdapat lima kategori tingkat pelayanan yang dirangkum dalam Tabel 2.7.

Tabel 2.7 Rentang nilai tingkat pelayanan

Rentang Nilai	Tingkat Pelayanan	
	Harapan	Realita
0 - 0,99	Tidak Penting	Tidak Baik
1 - 1,99	Kurang Penting	Kurang Baik
2 - 2,99	Cukup Penting	Cukup Baik
3 - 3,99	Penting	Baik
4 - 4,99	Sangat Penting	Sangat Baik

Dimensi Penampilan Fisik

Tabel 2.8 Harapan dan realita dimensi penampilan fisik

	Pernyataan	Harapan	Realita
X1.1	Kondisi dermaga layak untuk operasional kapal	3,933	3,833
X1.2	kapasitas container yard memadai dan layak	3,933	3,433
X1.3	Penataan container yard rapi dan terorganisir	4,000	3,733
X1.4	Penampilan petugas lapangan profesional dan mampu berkomunikasi dengan baik.	4,000	3,833
X1.5	Jumlah petugas administrasi, operasional tally, dan TKBM mencukupi kebutuhan	4,067	3,700
X1.6	Peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) dalam kondisi baik dan terawat	3,767	3,067
X1.7	Peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) mencukupi kebutuhan operasional	3,800	3,300
X1.8	Papan pengumuman tersedia dalam kondisi baik dan memenuhi kebutuhan informasi	3,933	3,633
X1.9	Fasilitas umum di terminal dalam kondisi layak dan memadai	3,967	3,533

Pada tabel di atas, indikator X1.5, yang berkaitan dengan kecukupan jumlah petugas administrasi, operasional tally, dan TKBM mencukupi kebutuhan, memiliki rata-rata nilai harapan tertinggi, yaitu 4,067. Ini menunjukkan bahwa aspek tersebut menjadi prioritas utama bagi pelanggan dalam dimensi penampilan fisik. Oleh karena itu, pelanggan sangat menginginkan adanya peningkatan dan perbaikan terkait indikator tersebut.

Di sisi lain, dalam hal rata-rata nilai realita yang dirasakan oleh pelanggan dalam dimensi penampilan fisik, indikator X1.7, yang berhubungan dengan peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) mencukupi kebutuhan operasional, memperoleh rata-rata nilai realita sebesar 3,300. Nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan dengan indikator lainnya menurut persepsi responden. Meskipun demikian, secara keseluruhan, enam indikator dalam dimensi penampilan fisik masih tergolong memadai, karena berada dalam rentang nilai realita tingkat pelayanan antara 3-3,99.



Gambar 2.4 Gap Indikator-Indikator Dimensi Penampilan Fisik

Gambar 2.4 menunjukkan bahwa indikator yang paling mengecewakan bagi pelanggan adalah X1.6, yang berkaitan dengan peralatan bongkar muat (forklift, RS, SL, HT, RTG, CC) dalam kondisi baik dan terawat, dengan nilai kesenjangan tertinggi sebesar -0,7. Sebaliknya, indikator X1.1, yang berhubungan dengan kondisi dermaga layak untuk operasional kapal, menunjukkan nilai kesenjangan terendah sebesar -0,1, menjadikannya aspek yang paling memuaskan bagi pelanggan.

Dimensi Kehandalan

Tabel 2.9 Harapan dan realita dimensi kehandalan

Pernyataan		Harapan	Realita
X2.1	Jadwal sandar kapal di dermaga sesuai dengan perencanaan	4,000	3,567
X2.2	Jadwal bongkar muat petikemas terlaksana dengan tepat waktu	3,967	3,467
X2.3	Pelayanan petugas operasional tally di dermaga dan lapangan cepat dan akurat	3,933	3,500
X2.4	Petugas administrasi memberikan pelayanan dengan efisien dan tepat	4,033	3,767
X2.5	Jumlah petugas TKBM memadai dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan	3,933	3,600
X2.6	Peralatan bongkar muat memiliki tingkat produktivitas yang tinggi	3,900	3,367
X2.7	Tarif layanan sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan	3,800	3,400
X2.8	Sistem pembayaran mudah diakses dan efisien	4,233	4,133
X2.9	Proses pencatatan kegiatan bongkar muat dilakukan dengan akurat	4,100	3,667

Pada tabel tersebut, indikator X2.8, yang berkaitan dengan sistem pembayaran mudah diakses dan efisien, mencatatkan nilai harapan tertinggi sebesar 4,233. Hal ini menandakan bahwa pelanggan sangat memprioritaskan aspek ini dalam dimensi kehandalan, sehingga perbaikan dan peningkatan pada indikator tersebut sangat diharapkan. Di sisi lain, dalam dimensi kehandalan,



indikator X2.6 yang berhubungan dengan peralatan bongkar muat memiliki tingkat produktivitas yang tinggi mencatatkan nilai rata-rata realita terendah, yaitu 3,367. Nilai ini menjadikannya sebagai indikator dengan persepsi realita paling rendah dibandingkan dengan yang lainnya. Meski begitu, secara keseluruhan, delapan dari sembilan indikator dalam dimensi kehandalan menunjukkan hasil yang baik karena berada dalam rentang nilai realita tingkat pelayanan 3–3,99, sementara satu indikator lainnya berada dalam rentang 4–4,99, yang menunjukkan bahwa aspek tersebut telah dilaksanakan dengan sangat baik.



Gambar 2.5 Gap Indikator-Indikator Dimensi Kehandalan

Gambar 2.5 menunjukkan bahwa indikator yang paling mengecewakan bagi pelanggan adalah X2.6, yang berkaitan dengan peralatan bongkar muat memiliki tingkat produktivitas yang tinggi, dengan nilai kesenjangan terbesar sebesar -0,533. Sebaliknya, indikator X2.8, yang mencerminkan sistem pembayaran mudah diakses dan efisien, memiliki nilai kesenjangan terkecil sebesar -0,100, yang menjadikannya sebagai aspek yang paling memuaskan bagi pelanggan.

Dimensi Ketanggapan

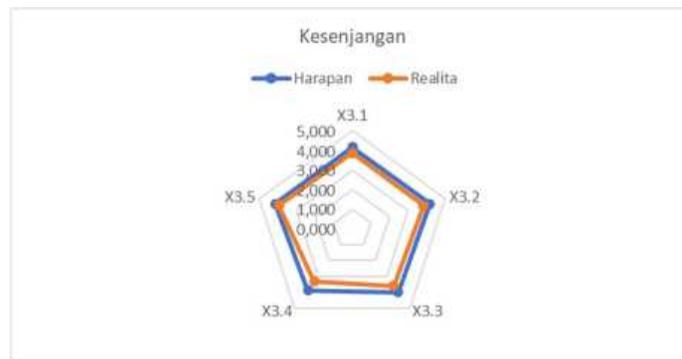
Tabel 2.10 Harapan dan realita dimensi ketanggapan

	Pernyataan	Harapan	Realita
X3.1	Petugas administrasi menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami	4,167	3,867
X3.2	Petugas administrasi mampu memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan administrasi	4,167	3,833
X3.3	Petugas operasional tally dermaga & lapangan cepat menanggapi keluhan pelanggan	4,000	3,600
X3.4	Kerusakan peralatan bongkar muat dapat diperbaiki dengan cepat dan tepat oleh teknisi	3,867	3,300
X3.5	Fasilitas informasi di area terminal dapat diakses selama 24 jam	4,133	3,933



Pada tabel di atas, terlihat bahwa indikator X3.1, yang mengukur sejauh mana petugas administrasi menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami, serta indikator X3.2, yang menilai kemampuan petugas administrasi mampu memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan administrasi, memiliki nilai harapan rata-rata tertinggi sebesar 4,167. Ini menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut merupakan prioritas utama bagi pelanggan dalam dimensi ketanggapan. Dengan demikian, pelanggan berharap adanya perbaikan dan peningkatan pada kedua aspek tersebut.

Sementara itu, nilai rata-rata realita pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam dimensi ketanggapan menunjukkan bahwa indikator X3.4, yaitu kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah terkait kerusakan peralatan bongkar muat dapat diperbaiki dengan cepat dan tepat oleh teknisi, memperoleh nilai realita sebesar 3,300. Nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Meskipun demikian, secara keseluruhan, semua indikator dalam dimensi ketanggapan menunjukkan kinerja yang baik, karena nilai realita tingkat pelayanan berada dalam rentang 3–3,99.



Gambar 2.6 Gap Indikator-Indikator Dimensi Ketanggapan

Gambar 2.6 mengungkapkan bahwa indikator yang paling tidak memuaskan bagi pelanggan adalah X3.4, yang berkaitan dengan kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah terkait kerusakan peralatan bongkar muat dapat diperbaiki dengan cepat dan tepat oleh teknisi, dengan kesenjangan terbesar sebesar -0,567. Sebaliknya, indikator X3.5, yang menilai fasilitas informasi di area terminal dapat diakses selama 24 jam, menunjukkan kesenjangan terkecil sebesar -0,200, menjadikannya sebagai aspek yang paling memuaskan bagi pelanggan.



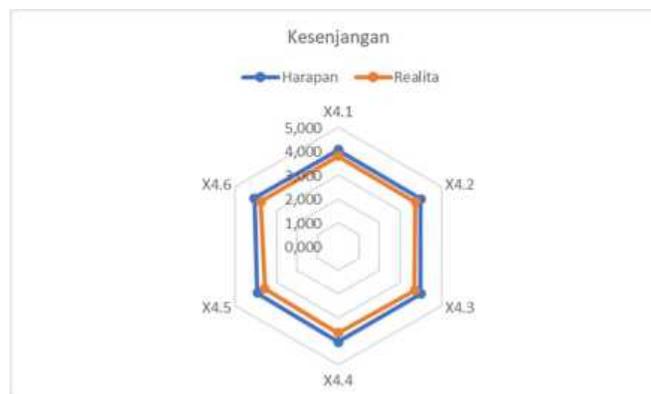
Dimensi Kepastian

Tabel 2.11 Harapan dan realita dimensi kepastian

	Pernyataan	Harapan	Realita
X4.1	Petugas operasional di pos keamanan tanggap terhadap isu keamanan dan ketertiban	4,067	3,800
X4.2	Operasional lapangan berjalan sesuai dengan Sistem Operasional Prosedur (SOP)	4,000	3,733
X4.3	Peraturan diterapkan dengan konsisten dan sesuai standar	4,000	3,700
X4.4	Sanksi tegas diterapkan jika terdapat pelanggaran terhadap peraturan dan SOP	4,033	3,633
X4.5	Petugas operasional tally di dermaga dan lapangan memiliki kompetensi sesuai kebutuhan kerja	3,933	3,567
X4.6	Petugas administrasi memiliki kompetensi yang memadai untuk mendukung layanan	4,067	3,767

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa indikator X4.1, yang berkaitan dengan respons petugas operasional di pos keamanan tanggap terhadap isu keamanan dan ketertiban, serta indikator X4.6, yang mengukur petugas administrasi memiliki kompetensi yang memadai untuk mendukung layanan, memiliki rata-rata nilai harapan tertinggi yaitu 4,067. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua indikator ini merupakan aspek yang paling diharapkan oleh pelanggan dalam dimensi kepastian, yang berarti pelanggan berharap adanya peningkatan dan perbaikan pada kedua indikator tersebut.

Di sisi lain, indikator X4.5, yang menilai petugas operasional tally di dermaga dan lapangan memiliki kompetensi sesuai kebutuhan kerja, menunjukkan rata-rata nilai realita sebesar 3,567, yang merupakan nilai terendah jika dibandingkan dengan indikator lainnya dalam dimensi kepastian. Meskipun demikian, secara keseluruhan, semua indikator dalam dimensi kepastian dianggap dilaksanakan dengan baik, karena nilai realita tingkat pelayanan berada dalam rentang 3 hingga 3,99.



Gambar 2.7 Gap Indikator-Indikator Dimensi Kepastian



Gambar 2.7 menunjukkan bahwa indikator yang paling kurang memuaskan bagi pelanggan adalah X4.4, yang berkaitan dengan sanksi tegas diterapkan jika terdapat pelanggaran terhadap peraturan dan SOP, dengan rentang kesenjangan terbesar yaitu -0,400. Di sisi lain, indikator X4.1, yang menilai petugas operasional di pos keamanan tanggap terhadap isu keamanan dan ketertiban, serta indikator X4.2, yang mengukur operasional lapangan berjalan sesuai dengan Sistem Operasional Prosedur (SOP), menunjukkan rentang kesenjangan terkecil sebesar -0,267, menjadikan kedua indikator tersebut sebagai aspek yang paling memuaskan bagi pelanggan.

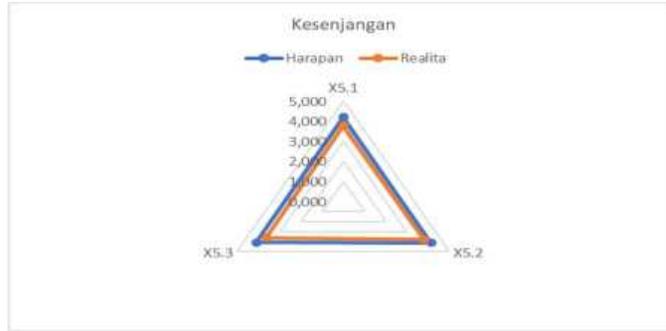
Dimensi Empati

Tabel 2.12 Harapan dan realita dimensi empati

	Pernyataan	Harapan	Realita
X5.1	Petugas administrasi melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	4,200	3,767
X5.2	Petugas operasional tally di dermaga dan lapangan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	4,133	3,800
X5.3	Petugas bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan	4,100	3,633

Pada tabel di atas, indikator X5.1, yang berkaitan dengan petugas administrasi melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, memiliki rata-rata nilai harapan tertinggi, yaitu 4,200. Hal ini menunjukkan bahwa indikator X5.1 menjadi prioritas utama bagi pelanggan dalam dimensi empati. Oleh karena itu, pelanggan mengharapkan adanya peningkatan dan perbaikan pada aspek ini.

Di sisi lain, rata-rata realita pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dalam dimensi empati menunjukkan bahwa indikator X5.3, yang mengukur petugas bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan, memiliki rata-rata nilai realita sebesar 3,633. Nilai ini menjadikannya sebagai indikator dengan nilai realita terendah di antara indikator lainnya, menurut persepsi responden. Meskipun demikian, secara keseluruhan, semua indikator dalam dimensi empati dinilai telah dilaksanakan dengan baik, karena nilai realita pelayanan berada dalam rentang 3–3,99.



Gambar 2.8 Gap Indikator-Indikator Dimensi Empati (*Empathy*)

Gambar 2.8 memperlihatkan bahwa indikator yang paling kurang memuaskan bagi pelanggan adalah X5.3, yang berkaitan dengan petugas bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan, dengan kesenjangan terbesar sebesar -0,467. Sebaliknya, indikator X5.1, yaitu petugas administrasi melayani pelanggan dengan ramah dan sopan dengan ramah dan sopan, memiliki kesenjangan terkecil sebesar -0,333, sehingga menjadi aspek yang paling memuaskan menurut pelanggan.

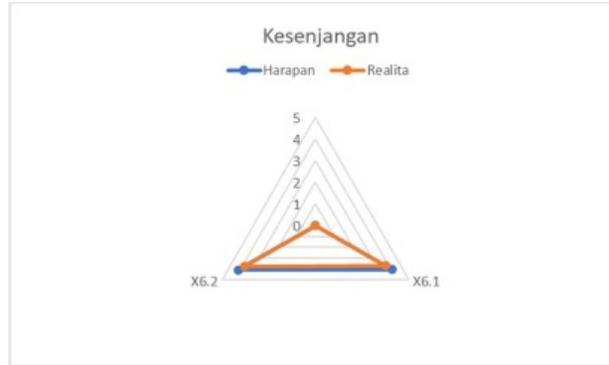
Dimensi Kredibilitas

Tabel 2.13 Harapan dan realita dimensi kredibilitas

	Pernyataan	Harapan	Realita
X6.1	Petugas administrasi terminal jujur dan dapat dipercaya	4,100	3,733
X6.2	Petugas operasional di dermaga dan lapangan jujur dan memiliki integritas	4,133	3,800

Pada tabel tersebut, indikator X6.2, yang berkaitan dengan petugas operasional di dermaga dan lapangan jujur dan memiliki integritas, memperoleh nilai harapan rata-rata tertinggi, yaitu 4,133. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat mengutamakan aspek ini dalam dimensi empati, sehingga mereka berharap adanya perbaikan dan peningkatan pada indikator ini.

Sementara itu, dalam dimensi empati, indikator X6.1, yang berkaitan dengan petugas administrasi terminal jujur dan dapat dipercaya, memperoleh nilai realita rata-rata sebesar 3,733. Nilai ini menjadikannya indikator dengan nilai realita terendah dibandingkan indikator lainnya. Meskipun demikian, secara keseluruhan, seluruh indikator dalam dimensi empati dinilai telah dilaksanakan dengan baik, karena nilai realita tingkat pelayanan berada dalam rentang 3–3,99.



Gambar 2.9 Gap Indikator-Indikator Dimensi Kredibilitas

Gambar 2.9 menunjukkan bahwa indikator yang paling tidak memuaskan bagi pelanggan adalah X6.1, yang berkaitan dengan petugas administrasi terminal jujur dan dapat dipercaya, dengan nilai kesenjangan (gap) terbesar sebesar -0,367. Sebaliknya, indikator X6.2, yang berkaitan dengan petugas operasional di dermaga dan lapangan jujur dan memiliki integritas, menunjukkan nilai kesenjangan terkecil sebesar -0,333, menjadikannya sebagai indikator yang paling memuaskan bagi pelanggan.

Dari analisis tersebut, rata-rata kesenjangan untuk semua dimensi kepuasan pelanggan tercatat sebesar -0,365, yang mengindikasikan bahwa kualitas pada dimensi-dimensi tersebut belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Dimensi empati memiliki kesenjangan terbesar, yaitu -0,411, jika dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya, sehingga perlu perhatian lebih lanjut dari pihak perusahaan. Ketika rata-rata kesenjangan ini diklasifikasikan menurut tingkat kepuasan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSIndex), hasilnya menunjukkan kategori "puas." Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prima H. Sadika, Johan S.C. Neyland, dan Agung Sutrisno (2023), yang menyimpulkan bahwa CSI berada dalam kategori puas, dengan prioritas perbaikan pada aspek seperti fasilitas toilet yang nyaman dan ketersediaan air bersih di Pelabuhan Manado, yang memiliki skor selisih sebesar 1,06. Penelitian serupa oleh Marthalenia Ruminda Sitorus, Teddy Herdian, dan Fransisco Lambert (2021) juga menemukan bahwa pelanggan Terminal Petikemas Tanjung Priok umumnya merasa sangat puas, meskipun dimensi *reliability* dan *assurance* menunjukkan nilai yang masih rendah, yang mengindikasikan perlunya perbaikan lebih lanjut, terutama karena penelitian tersebut dilakukan selama masa pandemi COVID-19.



2.5 Kesimpulan

1. Analisis gap menunjukkan bahwa rata-rata kesenjangan yang tercatat adalah -0,365, yang mengindikasikan bahwa seluruh dimensi kepuasan pelanggan, termasuk penampilan fisik, kehandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan kredibilitas, masih mengalami kesenjangan negatif. Ini berarti bahwa kualitas layanan pada dimensi-dimensi tersebut belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan.
2. Di antara dimensi-dimensi kepuasan pelanggan, dimensi empati menunjukkan kesenjangan terbesar, yaitu -0,411, jika dibandingkan dengan dimensi lainnya. Oleh karena itu, dimensi ini memerlukan perhatian dan evaluasi lebih mendalam dari pihak perusahaan.
3. Ketika kesenjangan pada seluruh dimensi kepuasan pelanggan dikelompokkan berdasarkan tingkat kepuasan dengan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSIndex), hasilnya menunjukkan bahwa setiap dimensi masuk dalam kategori "puas." Ini mengindikasikan bahwa meskipun pelanggan di PT Kaltim Kariangau Terminal merasa bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan mereka, baik secara keseluruhan maupun pada masing-masing dimensi, tingkat kepuasan tersebut masih belum mencapai hasil yang optimal.

2.6 Daftar Pustaka

- Angelova, B., & Zekiri, J. (2011). Measuring Customer Satisfaction with Service . *International Journal of Academic Research in Business and Social* , 232-258.
- Aritonang, R. L. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka .
- Engel, J. B. (1990). *Consumer Behavior, 6th ed.* Chicago, IL: The Dryden Press.
- Grant, D. B., Huong, T. T. T., & Lalwani, C. (2017). Vietnamese logistics service quality: an analysis. *The Sankalpa: International Journal of Management Decisions*, 2(1-2), 1-10.
- Hemalatha, S., Dumpala, L., & Balakrishna, B. (2018). Service quality evaluation and ranking of container terminal operators through hybrid multi-criteria decision making methods. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(2), 137-144.



- Hemalatha, S., Dumpala, L., & Balakrishna, B. (2019). Service Quality Evaluation of Container Terminals through AHM and Membership Degree Transformation. *Materials Today: Proceedings*, 18, 155-164.
- Hirata, E. (2019). Service characteristics and customer satisfaction in the container liner shipping industry. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 35(1), 24-29.
- Kotler, N. (2000). Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- Lovelock, C. (1992). *Managing Service : Marketing, Operation and* . New Jersey: Prentice-Hall International, inc.
- Maghsoodi, A. I., Saghaei, A., & Hafezalkotob, A. (2019). Service quality measurement model integrating an extended SERVQUAL model and a hybrid decision support system. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 151-164.
- Pham, T. Y., & Yeo, G. T. (2019). Evaluation of transshipment container terminals' service quality in Vietnam: From the shipping companies' perspective. *Sustainability*, 11(5), 1503.
- Sadika, P. H., Neyland, J. S., & Sutrisno, A. (2023). *Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)* (Vol. 9). Manado: Jurnal Tekno Mesin.
- Sitorus, M. R., Herdian, T., & Lambert, F. (2021). *Level Of Customer Performance And Expectations* (Vol. 7). Jakarta, Indonesia: Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik (JMBTL).
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineta Cipta.
- Thai, V. V. (2016). The impact of port service quality on customer satisfaction: The case of Singapore. *Maritime Economics & Logistics*, 18, 458-475.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.



Umar. (2009). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.

Vu, T. P., Grant, D. B., & Menachof, D. A. (2020). Exploring logistics service quality in Hai Phong, Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 54-64.

Wardhana, F. P., Sumarko, W. A., & Gunadi, W. (2020). A gap analysis of service quality in the ferry transportation business at an executive terminal ferry Port. *Psychology and Education Journal*, 57(9), 353-362.

Yeo, G. T., Thai, V. V., & Roh, S. Y. (2015). An analysis of port service quality and customer satisfaction: The case of Korean container ports. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 437-447.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.