

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENUMPANG KAPAL MAJESTIC DAN KAPAL SAINT MARRY DI PELABUHAN MANADO**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON PASSENGERS OF THE MAJESTIC SHIP AND SAINT MARRY SHIP AT THE PORT OF MANADO*

Oleh:  
**Geraldi Ume<sup>1</sup>**  
**Silvy L. Mandey<sup>2</sup>**  
**Hendra N. Tawas<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[geraldyaldy2@gmail.com](mailto:geraldyaldy2@gmail.com)

<sup>2</sup>[silvyamandey@rocketmail.com](mailto:silvyamandey@rocketmail.com)

<sup>3</sup>[hendranovitawas@yahoo.com](mailto:hendranovitawas@yahoo.com)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry. Pengukuran kualitas pelayanan terhadap kedua objek penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat pengukuran kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Tjiptono yang di dalamnya terdapat 5 dimensi yaitu *tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance*. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, adalah 96 orang pada penumpang kapal Majestic dan 96 orang pada penumpang kapal Saint Marry di pelabuhan Manado. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji dengan menggunakan analisis uji beda (*Independent Sample t-Test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik (*tangible*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry, terdapat perbedaan yang signifikan antara empati (*empathy*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry, terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan (*reliability*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry, terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry, dan terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan (*assurance*) pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry.

**Kata Kunci:** *kualitas pelayanan, Majestic, Saint Marry*

**Abstract:** *The purpose of this research to know there are differences between the tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado. Measurement service quality of the object this report is written with use an instrument for measuring service quality put forward by Tjiptono in which is 5 dimensions; tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. The populations in this study were passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado. The sample in this study uses the Slovin formula to determine the number of sample are 77 people on the majestic ship and 77 people on the saint marry ship at the port of Manado. This type of research uses comparative research which aims to see the differences in the variables to be tested using different test analysis. The results of the research show that there are a significant difference between service quality on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado, there are a significant difference between tangible on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado, there are a significant difference between empathy on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado, there are a significant difference between reliability on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado, there are a significant difference between responsiveness on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado, and there are a significant difference between assurance on passengers of the majestic ship and saint marry ship at the port of Manado.*

**Keywords:** *service quality, majestic, saint marry*

## PENDAHULUAN

**Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan saat ini menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Hal ini memacu para pengusaha untuk memaksimalkan dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Untuk dapat memenangkan persaingan, para pelaku sektor jasa melakukan usaha-usaha seperti memberikan keunggulan kompetitif dan menawarkan pelayanan yang bermutu yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para konsumennya. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang diinginkan konsumen, dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal bagi perusahaan. Perusahaan harus merancang strategi yang baik untuk digunakan sebagai usaha mendorong dan menciptakan perasaan puas pelanggannya, sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *rater* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* (Tjiptono, 2014:268). Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan. Pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau pelanggan (Tjiptono, 2016:4).

Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Peranan pelayanan sangat penting saat ini, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang akan sangat dibutuhkan oleh konsumen. Dalam kualitas jasa yang penting dengan pelayanan dan pendistribusian yang baik, ternyata untuk semua itu memerlukan kegiatan pelaksanaan pelayanan konsumen untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengutarakan perasaan puas atau ketidakpuasan.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara *Tangible* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara *Empathy* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara *Reliability* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara *Responsiveness* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara *Assurance* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.

### **Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:27) mengatakan manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

### **Kualitas Pelayanan**

Tjiptono dan Chandra (2016:125) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Lupiyoadi (2013:197) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen.

### **Manfaat Kualitas Pelayanan**

Menurut Manap (2016:376), manfaat kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Konsumen akan setia kepada perusahaan
2. Konsumen bisa menjadi media iklan gratis
3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin
4. Konsumen tidak akan memperlakukan mengenai harga
5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
6. Nama baik perusahaan meningkat
7. Unggul dalam persaingan bisnis

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:269) sebagai berikut:

1. Komunikasi Pasar  
Meliputi bauran promosi seperti periklanan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, pemasaran interaktif dan promosi penjualan.
2. Komunikasi Gethok Tular  
Faktor eksternal perusahaan berdasarkan pendapat dari konsumen langsung dan menyebar dari mulut ke mulut.
3. Citra Perusahaan  
Kesan penilaian tersendiri perusahaan dalam masyarakat.
4. Kebutuhan Konsumen  
Apa yang menjadi solusi konsumen agar memenuhi kebutuhannya

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Moeliono (2019) dengan judul analisis perbandingan kualitas pelayanan rumah sakit umum daerah al-ihsan Baleendahbandung Jawa Barat dan rumah sakit Muhammadiyah Bandung Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kualitas pelayanan antara Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan dengan Rumah Sakit Muhammadiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kualitas pelayanan di antara Rumah Sakit Umum Al-Ihsan, Bandung dengan Rumah Sakit Muhammadiyah, Bandung.

Penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2019) dengan judul analisis perbandingan kualitas pelayanan *e-payment* indomaret dan alfamart di kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Perbandingan kualitas pelayanan *e-payment* di Indomaret dan Alfamart di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *kualitas pelayanan e-payment* Indomaret dan Alfamart.

Penelitian yang dilakukan oleh Divayana dan Rahanatha (2018) dengan judul studi komparatif pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri wangi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada kedua BPR. Empati merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana.



Penelitian yang dilakukan oleh Warbung (2019) dengan judul perbandingan kualitas pelayanan antara *excelso* mantos dan *starbucks* mantos Manado. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji. Objek penelitian ini adalah Konsumen *Excelso* dan *Starbucks* Mantos Manado. Hasil penellitian menunjukkan Sikap Konsumen *Excelso* dan Sikap Konsumen *Starbucks* tidak berbeda signifikan.

### Kerangka Konseptual



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Sumber: Kajian Teori, 2020

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub> : Terdapat perbedaan antara *Tangible* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
- H<sub>2</sub> : Terdapat perbedaan antara *Empathy* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
- H<sub>3</sub> : Terdapat perbedaan antara *Reliability* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
- H<sub>4</sub> : Terdapat perbedaan antara *Responsiveness* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
- H<sub>5</sub> : Terdapat perbedaan antara *Assurance* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif komparatif. Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang di teliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu (Sugiyono, 2019).

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah posisi dimana letak suatu penelitian dilaksanakan, untuk mempermudah peneliti dalam mengambil data sebagai referensi. Objek penelitian dilakukan kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan III Manado. Lama waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu 2 bulan.

#### Populasi, Besaran Sampel dan Teknik *Sampling*

Menurut Arikunto (2017:173), populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kapal Majestic yang berjumlah 1123 orang dan penumpang kapal Saint Marry yang berjumlah 2608 orang yang berada di pelabuhan kota Manado. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu berjumlah 96 orang.

### Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi penelitian (Sunyoto, 2016:87). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan pada responden. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada para penumpang kapal Saint Marry dan Kapal Majestic. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara tertutup kepada para pelanggan dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh dari kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan III Manado, yaitu data jumlah penumpang kapal Saint Marry dan kapal Majestic tahun 2020, sejarah singkat.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Sugiyono (2019:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup, dapat diberikan kepada responden secara *online*. Dalam melaksanakan metode ini, maka peneliti mengambil data melalui penyebaran kuesioner secara tertutup lewat *online* dan mekanismenya menggunakan *google form* kepada para penumpang kapal Saint Marry dan Kapal Majestic.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi *bivariate* dengan melihat output *pearson correlation* (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sujarweni (2015:110) mengemukakan bahwa kehandalan atau reliabilitas dengan nilai 0,6 atau kurang dari 0,6 secara umum mengindikasikan keandalan yang tidak memuaskan. Kuesioner yang dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Rumusan yang digunakan juga menggunakan rumus *r product-moment* apabila *r* hitung > *r* tabel, maka keseluruhan butir-butir kuesioner yang ada dinyatakan reliabel.

### Uji Beda

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji t. Uji t yang digunakan yaitu *independent sample t-test*. Uji *independent sample t-test* adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (*independent*). Pada prinsipnya uji *independent sample t-test* berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara dua populasi dengan membandingkan dua mean sampelnya. Sebelum dilakukan analisis *independent sample t-test*, terlebih dahulu data harus memenuhi syarat awal, syarat tersebut antara lain:

1. Data berbentuk interval atau rasio
2. Data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
3. Variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen)
4. Data berasal dari dua sampel yang berbeda

Penelitian eksperimen biasanya menggunakan dua sampel atau lebih sebagai objek penelitiannya. Sampel-sampel tersebut dibandingkan untuk melihat ada-tidaknya perbedaan setelah sampel-sampel tersebut diberi perlakuan berbeda. Untuk melihat ada-tidaknya perbedaan, dilakukan uji perbedaan dua rata-rata. *independent-samples t-test* menggunakan variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen). Data yang digunakan berasal dari dua sampel yang berbeda. Dasar Pengambilan keputusan didasarkan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika  $\text{Sig.} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_A$  ditolak.
- b. Jika  $\text{Sig.} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_A$  diterima.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Gambaran Umum objek Penelitian**

Kapal Majestic dibuat di Batam pada tahun 2013 dari aluminium dengan satu gelada, tanpa tiang, dua cerobong asap, dilengkapi dengan mesin induk merek caterpillar C32, 3 x 1450 HP dengan panjang 35,72 meter, lebar 7,4 meter, dalam 2,7 meter, isi kotor 319 GT, isi bersih 129 NT, tanda selar GT.319 No.6078/PPm dan dipergunakan dalam pelayaran dilaut namun kapal tersebut belum didaftarkan dalam kapal di Indonesia. Setelah melalui syarat dan memeriksa surat-surat, maka pada tanggal 25 Juni 2014, kapal Majestic telah didaftarkan atas nama PT. Pelayaran Lintas Putra Utara berkedudukan di Matam-Kota Batam sebagai kapal laut.

Kapal Saint Marry di buat di Amurang pada tahun 2014 dari baja dengan satu geladak dilengkapi dengan mesin induk merek Cummins daya 2 x 1250 HP dengan panjang 61,96 meter, lebar 8,88 meter, dalam 2,92 meter, tonase kotor 910 GT, tonase bersih 273 NT, tanda selar GT.910 No.1261/KKa dan dipergunakan dalam pelajaran di laut namun kapal tersebut belum didaftarkan dalam daftar kapal Indonesia. Setelah melalui syarat dan memeriksa surat-surat, maka pada tanggal 27 Juli 2015, kapal Saint Marry di daftarkan atas nama PT. Pelayaran Tri Setia Bahari berkedudukan di kota Manado.

**Deskripsi Responden****Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Majestic		Saint Marry	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	46	47,92%	40	41,67%
Perempuan	50	52,08%	56	58,33%
Jumlah	96	100%	96	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di kapal Majestic adalah sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 47,92%, sedangkan perempuan di kapal Majestic sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 52,08%. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di kapal Saint Marry adalah sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar 41,67%, sedangkan perempuan di kapal Saint Marry sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar 58,33%. Dengan adanya data ini, menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

**Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Majestic		Saint Marry	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
≤ 25 tahun	20	20,38%	15	15,63%
26 – 30 tahun	35	36,46%	40	41,67%
31 – 35 tahun	24	25%	20	20,83%
≥ 36 tahun	17	17,71%	21	21,88%
Jumlah	96	100%	96	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak pada kapal Majestic adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 36,46% dengan frekuensi 35 orang. Sedangkan jumlah responden terbanyak pada kapal Saint Marry adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 41,67% dengan frekuensi 40 orang. Dengan adanya data tersebut, jumlah responden/penumpang kapal Saint Marry lebih banyak dari pada jumlah responden/penumpang kapal Majestic.



**Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Kapal Majesty)**

Variabel	Item Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1	0,000	Valid	0,836	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Empati ( <i>Empathy</i> )	1	0,000	Valid	0,776	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	1	0,000	Valid	0,832	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Daya Tanggap ( <i>Responsibility</i> )	1	0,000	Valid	0,807	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1	0,000	Valid	0,823	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Kapal Saint Marry)**

Variabel	Item Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1	0,000	Valid	0,867	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Empati ( <i>Empathy</i> )	1	0,000	Valid	0,896	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	1	0,000	Valid	0,814	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Daya Tanggap ( <i>Responsibility</i> )	1	0,000	Valid	0,885	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1	0,000	Valid	0,851	Reliabel
	2	0,000	Valid		Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

**Tabel 5. Hasil Uji Beda (*Independent Samples Test*) Kualitas Pelayanan pada Penumpang Kapal Majestic dan Penumpang Kapal Saint Marry**

Variabel	Perbandingan	<i>t-test for Equality of Means</i>			
		Sig. (2-tailed)	Df	Mean Difference	Std. Error Difference
Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )	Majesty	0,003	190	-.656	.217
	Saint Marry				
Empati ( <i>empathy</i> )	Majesty	0,000	190	-1.010	.217
	Saint Marry				
Keandalan ( <i>reliability</i> )	Majesty	0,004	190	-.604	.209
	Saint Marry				
Daya tanggap ( <i>Responsibility</i> )	Majesty	0,000	190	-1.010	.216
	Saint Marry				
Jaminan ( <i>assurance</i> )	Majesty	0,006	190	-.594	.215
	Saint Marry				

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa bahwa hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar  $0.003 < 0.05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik (*tangible*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara bukti fisik (*tangible*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry dapat diterima atau terbukti.

Hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar  $0.000 < 0.05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara empati (*empathy*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara empati (*empathy*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry dapat diterima atau terbukti.

Hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar  $0.004 < 0.05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan (*reliability*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara keandalan (*reliability*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry dapat diterima atau terbukti.

Hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar  $0.000 < 0.05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara daya tanggap (*responsiveness*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry dapat diterima atau terbukti.

Hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar  $0.006 < 0.05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan (*assurance*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara jaminan (*assurance*) pada penumpang kapal Majestic dan penumpang kapal Saint Marry dapat diterima atau terbukti.

## **Pembahasan**

### **Bukti Fisik**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik (*tangible*) pada kapal Majestic dan pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado. Dan masing-masing kapal Majestic dan kapal Saint Marry sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi bukti fisik (*tangible*), dengan kapal Majestic mendapatkan rata-rata penilaian 3,99 dan kapal Saint Marry 4,32 namun kapal Saint Marry memiliki kualitas pelayanan dari segi bukti fisik (*tangible*) lebih baik dari kapal Majestic. Hasil penelitian dari Umiyati dan Suyoto (2014), menemukan bahwa terdapat perbedaan bukti fisik (*tangible*) pada kualitas pelayanan antara minimarket indomaret dan alfamart di Dukuhwaluh, dimana wujud atau bukti fisik yang diterapkan oleh minimarket Indomaret berbeda dengan wujud atau bukti fisik yang diterapkan oleh minimarket Alfamart.

### **Empati**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara empati (*empathy*) pada kapal Majestic dan pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado. Dan masing-masing kapal Majestic dan kapal Saint Marry sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi empati (*empathy*), dengan kapal Majestic mendapatkan rata-rata penilaian 3,82 dan kapal Saint Marry 4,32 namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh kapal Saint Marry dilihat dari segi empati (*empathy*) lebih baik dari kapal Majestic. Hasil penelitian dari Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe (2017), menemukan bahwa terdapat perbedaan empati (*empathy*) pada kualitas pelayanan, dimana kepuasan yang diperoleh pelanggan bagi bank asing berbeda dengan kepuasan yang diberikan oleh bank lokal.

### **Keandalan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan (*reliability*) pada kapal Majestic dan pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado. Kualitas pelayanan baik pada kapal Majestic maupun pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado terdapat Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang sudah diberikan perusahaan untuk dijalankan, salah satunya yaitu keramahan petugasnya. Kedua kapal tersebut telah menerapkan SOP yang sudah ditetapkan perusahaan. Pelayanannya memuaskan dan petugasnya ramah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas kapal Saint Marry dilihat dari segi keandalan (*reliability*) lebih baik dari petugas kapal Majestic. Hasil penelitian dari Umiyati dan



Suyoto (2014), menemukan bahwa terdapat perbedaan keandalan (*reliability*) pada kualitas pelayanan antara minimarket Indomaret dan Alfamart di Dukuhwaluh, dimana kehandalan yang diterapkan oleh minimarket Indomaret berbeda dengan kehandalan yang diterapkan oleh minimarket Alfamart.

### Daya Tanggap

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) pada kapal Majestic dan pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado. Dan masing-masing kapal Majestic dan kapal Saint Marry sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi daya tanggap (*responsiveness*), dengan kapal Majestic mendapatkan rata-rata penilaian 3,86 dan kapal Saint Marry 4,36 namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh kapal Saint Marry dilihat dari segi daya tanggap (*responsiveness*) lebih baik dari kapal Majestic. Hasil penelitian dari Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe (2017), menemukan bahwa terdapat perbedaan daya tanggap (*responsiveness*), dimana daya tanggap yang diterapkan oleh minimarket Indomaret berbeda dengan kehandalan yang diterapkan oleh minimarket Alfamart.

### Jaminan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan (*assurance*) pada kapal Majestic dan pada kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan kota Manado secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang baik dari responden/penumpang kapal terhadap kondisi dari indikator jaminan (*assurance*). Hal ini dapat dilihat dari distribusi jawaban responden yang sebagian besar setuju dengan pernyataan tentang kualitas pelayanan yang diberikan pihak kapal Majestic ataupun kapal Saint Marry, dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri penumpang kapal. Namun kapal Majestic memiliki kualitas pelayanan dari segi jaminan (*assurance*) lebih baik dari kapal Saint Marry. Hal ini dapat dilihat dari respon yang tinggi, reliabilitas, dan jaminan yang baik dari diri petugas kapal Saint Marry terhadap penumpang kapal. Hasil penelitian dari Hikmah (2014), menemukan bahwa dimensi jaminan (*assurance*) yang memiliki perbedaan signifikan antara bank syariah dan konvensional, sedangkan dimensi lainnya tidak berbeda signifikan, dimana bank syariah dinilai lebih baik atau tinggi dalam hal kualitasnya dibandingkan dengan bank konvensional, artinya jaminan yang diberikan bank syariah berbeda dengan jaminan yang diberikan oleh bank konvensional.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat perbedaan antara *Tangible* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
2. Terdapat perbedaan antara *Empathy* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
3. Terdapat perbedaan antara *Reliability* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
4. Terdapat perbedaan antara *Responsiveness* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.
5. Terdapat perbedaan antara *Assurance* pada penumpang kapal Majestic dan kapal Saint Marry di pelabuhan Manado.

### Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Kapal Saint Marry perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar penumpang merasa nyaman dan aman, baik dari segi bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap penumpang kapal, kapal Majestic perlu memperhatikan indikator empati (*empathy*) yaitu kepedulian petugas terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.A. 2019. Perbandingan Kualitas Pelayanan *e-Payment* Indomaret dan Alfamart di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.2, Hal. 2119-2125. <https://core.ac.uk/reader/299934415>. Diakses 30 Mei 2021.
- Arikunto. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Divayana dan Rahanatha. 2018. Studi Komparatif Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri wangi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4, Hal. 2134-2163. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/36953/23266>. Diakses 12 September 2020.
- Hikmah. (2018). Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, Vol.3, No.1, Hal. 29-39. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/83/64>. Diakses 30 Mei 2021.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Managemen*. Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Salemba Empat, Jakarta.
- Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Nugraha dan Moeliono. 2019. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan Baleendah Bandung Jawa Barat dan Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung Jawa Barat. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.3, Hal. 5961- 5967. <https://core.ac.uk/download/pdf/299934554.pdf>. Diakses 12 September 2020.
- Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe. 2017. *A Comparative Study of Service Quality and Customer Satisfaction in Zambian Banks*. *International Review of Management and Business Research*, Vol. 6, No.1, Hal. 309-319. <https://www.irnbrjournal.com/papers/1490694270.pdf>. Diakses 12 September 2020.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama, Bandung.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi 5. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra. 2016. *Pemasaran Strategik*. Andi, Yogyakarta.
- Umiyati dan Suyoto. 2014. Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart di Wilayah Dukuwahluh. *Jurnal Media Ekonomi*, Vol.14, No.2, Hal. 64-76. <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/MEDEK/article/view/1293>. Diakses 30 Maret 2021.
- Warbung, F. 2019. Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara *Excelso* Mantos dan *Starbucks* Mantos Manado. *Jurnal Emba*, Vol.7, No.4, Hal. 5889-5897. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26524/26139>. Diakses 30 Mei 2021.