



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MODERASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KAPAL
PENUMPANG KM. GUNUNG DEMPO PT. PELNI
(PERSERO))**

TESIS

RISKY DAMAYANTI 2110121037

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MODERASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KAPAL
PENUMPANG KM. GUNUNG DEMPO PT. PELNI
(PERSERO))**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen

RISKY DAMAYANTI 2110121037

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Risky Damayanti

NIM : 2110121037

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Januari 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown, partially obscured by a large, dark, handwritten signature. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and '10000'. The serial number '455ADAKX280011836' is visible at the bottom.

(Risky Damayanti)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risky Damayanti
NIM : 2110121037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Moderasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo PT. Peln (Persero))

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Januari 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red and white 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the serial number 096EFAKX280010837.

(Risky Damayanti)

TESIS

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MODERASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KAPAL
PENUMPANG KM. GUNUNG DEMPO PT. PELNI
(PERSERO))**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RISKY DAMAYANTI 2110121037

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Marin

Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA., CWM.
Ketua Penguji

Prasetyo

Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Pembimbing I

Alfatih S. Manggabarani

Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E, M.Si
Pembimbing II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Yudi Nur Supriadi

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRA., CRP., CMA
Kaprodi Magister Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal :



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 18 Januari 2023, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Risky Damayanti

No.Pokok Mahasiswa : 2110121037

Program : Manajemen S.2

Dengan judul tesis sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Moderasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo PT. PELNI (Persero))

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1. <i>Maria</i>
2	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota I	2. <i>Prasetyo</i>
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II **)	3. <i>Alfatih</i>

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 18 Januari 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.2

[Signature]
Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

The Effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Loyalty Moderated by Customer Satisfaction (Studies on Passenger Ships KM. Gunung Dempo PT. Pelni (Persero))

By Risky Damayanti

Abstract

This study aims to determine whether there is an influence of service quality and corporate image on customer satisfaction, service quality and corporate image on customer loyalty, and customer loyalty on customer satisfaction. Case study on the passenger ship KM. Mount Dempo PT. PELNI (PERSERO). This research uses descriptive research with a quantitative approach, which is measured using the PLS-R model with Smart PLS 4. The population of this study is KM passengers. Mount Dempo PT. PELNI (PERSERO). The sample is determined based on the calculation of the Lemeshow formula, with a total of 120 samples on ship passengers. This data is used in research, in the form of secondary data. Data collection techniques used the documentation method in the form of books, journals and websites to test the hypothesis using the outer model test, Inner Model Test, Validity Test, Reliability Test, Statistical T Test, Probability Values Test and R Square. Based on the results and partial discussion shows that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, corporate image has a significant positive effect on customer satisfaction, service quality has a significant positive effect on customer loyalty, corporate image has a significant positive effect on customer loyalty, and customer loyalty has a positive effect on satisfaction customer.

Keywords: *Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty and Satisfaction*

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap
Loyalitas Pelanggan Yang Di Moderasi Oleh Kepuasan
Pelanggan (Studi Pada Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo
PT. Peln (Persero))**

Oleh Risky Damayanti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan, serta loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Studi kasus pada penumpang kapal KM. Gunung Dempo PT. PELNI (PERSERO). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif, yang di ukur dengan menggunakan model PLS-R dengan Smart PLS 4. Populasi dari penelitian ini penumpang KM. Gunung Dempo PT. PELNI (PERSERO). Sampel yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus lemeshow, dengan jumlah sebanyak 120 sampel pada penumpang kapal. Data ini digunakan dalam penelitian, berupa data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi berupa buku, jurnal dan website pengujian hipotesis menggunakan uji outer model, Uji Inner Model, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji T Statistik, Uji Probability Values dan R Square. Berdasarkan Hasil dan pembahasan parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

PRAKATA

Alhamdulillah Puji Syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT karena ilmu-Nya yang sangat luas serta rahmat dan karunia-Nya. Saya diberikan kesempatan untuk menulis, memberikan sumbangsih pemikiran bagi lingkungan sekitar dan memberikan konstribusi di dunia Pendidikan untuk membangun bangsa. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Moderasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo PT. PELNI (Persero))”** merupakan judul karya tulis sebagai usulan tesis yang siap untuk diukur oleh penguji apakah layak sehingga usulan ini bisa dilanjutkan ketahapan berikutnya. Penulis yakin dalam penyusunankarya tulis ini, masih banyak hal yang belum sempurna. Penulis berharap bisa mendapatkan kritis dan saran yang membangun.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan ribuan terima kasih Ibunda Suparti, S.Pd., Ayahanda Pelda (Purn) Suyanto, Kaka Jepri M, S.H., Ahmad Rifky Fadillah, S.AB., rekan kantor Pelni Mart serta sahabat yang telah memberikan doa dan motivasi, khusus untuk Civitas Akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) penulis bangga menjadi bagian dari kampus ini. *Athmosphere* positif yang selalu dibangun oleh para dosen Magister Manajemen yang di pimpin Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM selaku Ketua Program Studi menjadikan semangat yang besar kami untuk berkarya dan tetap bisa semangat untuk menuntaskan penelitian ini yang di bimbing langsung oleh Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP dan Dr. Alfatih S Manggabarani., S.E., M.Si. Semoga usulan tesis ini dapat berguna bagi nusa dan bangsa

Jakarta, 18 Januari 2023

Risky Damayanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL.....	iv
BERITA ACARA.....	v
ABSTRACK.....	vi
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Hasil Penelitian.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Loyalitas.....	7
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.3 Citra Perusahaan.....	9
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	11
2.2 Penelitian yang Relevan.....	12
2.3 Model Penelitian Empirik.....	15
2.4 Hipotesis.....	16
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	19
3.3 Pengumpulan Data.....	19
3.3.1 Jenis Data.....	20
3.3.2 Sampel.....	20
3.3.3 Pengumpulan Data.....	21
3.4 Teknik Analisa Data.....	22
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	23

3.4.2	Statistik Inferensial.....	24
3.3.3	Uji Validitas.....	24
3.3.4	Uji Realibilitas.....	26
3.3.5	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Analisis Data.....	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		37
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....		40
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.2 Martiks Variable.....	21
Tabel 3.3 Skala Likert.....	21
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	24
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	28

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian.....	16
Gambar 3.1 Langkah - Langkah PLS.....	24

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	43
Lampiran 2 Jaringan Trayek Sesuai S&K.....	47
Lampiran 3 Lampiran Dokumentasi.....	53
Lampiran 4 Lampiran Hasil Kuesioner.....	56
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara maritim dan negara kepulauan terbesar di dunia. Kita memiliki kepentingan untuk membangun transportasi laut yang bisa menjangkau untuk seluruh daerah di Indonesia. Hal ini bisa didapat dengan cara menyediakan jasa layanan transportasi laut untuk daerah kepulauan. Armada laut ini bisa menjadi salah satu cara untuk mengakselerasi pertumbuhan di berbagai kawasan di Indonesia (khususnya kawasan Indonesia bagian Timur). Terdapat perbandingan antara transportasi udara, transportasi laut masih relatif lebih murah bagi kalangan masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Kapasitas angkut yang besar baik untuk penumpang, ekspedisi, penjualan dan lain-lain. Hal ini sangat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

PT. Pelni (Persero) yang berdiri sejak tahun 1952 dan melayani pengangkutan penumpang ke berbagai tujuan di Indonesia. Saat ini PT. Pelni mengoperasikan ± 30 kapal dengan berbagai macam jenis dan kapasitas untuk melayani kebutuhan perputaran penumpang. Trayek PT. Pelni yang menyinggahi 94 pelabuhan adalah armada yang paling dominan dalam sistem angkutan laut bagi pelayanan di wilayah Jawa dan Kawasan Timur Indonesia (Chrisnawati, 2016).

Pelayaran Nasional Indonesia hadir untuk bisa memenuhi armada dan menjadi salah satu jembatan untuk transportasi, akomodasi, pemerataan ekonomi, kualitas pelayanan dan membantu masyarakat terpencil khususnya Indonesia Timur. Hadirnya kapal Pelni bisa memberikan sama rasa dan sama harga, contohnya dalam pasar di daerah Timur. Anak pedalaman Indonesia Timur sudah bisa merasakan ice cream dengan rasa enak, merk nasional dan harga tidak beda jauh dengan di kota besar lainnya. Pelni memiliki anak perusahaan yang dikenal sebagai Pelni Mart, yang menjual berbagai macam kebutuhan sandang pangan dan tersier. Masyarakat bisa belanja di Pelni Mart dengan harga yang tidak terlalu tinggi seperti pasar bebas dan warung pinggir di daerah Timur. Kami memberikan pelayanan terbaik dan kualitas terbaik.

PT PELNI (Persero) adalah perusahaan pelayaran nasional milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Hal ini menjadikan Pelni memiliki armada laut yang sangat membantu untuk menghubungkan antar pulau di Indonesia. PT. Pelni menjadi salah satu transportasi laut yang dapat diandalkan dalam angkutan penumpang dan barang. Karena memiliki standar operasional (SOP) yang ada, yaitu: (Bangun&Hariyono, 2019).

1. Para penumpang terdiri dari berbagai macam karakteristik
2. Kesesuaian antara peraturan yang ada dengan kondisi kapal dan SOP
3. Penerapan pada implementasi SOP dan kondisi riil di lapangan (dalam kapal).

Badan Pusat Statistik mencatat sepanjang tahun 2016 total penumpang kapal pelayaran di dalam negeri yaitu sebesar 15,17 juta penumpang, mengalami peningkatan hanya sebesar 0,52% dari tahun 2015. Untuk jumlah penumpang penerbangan dalam negeri sepanjang 2016 sebesar 89,35 juta penumpang, mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 16,6% dari tahun 2015. Menurut analisis perbandingan yang dimiliki data statistik tersebut dapat diasumsikan peningkatan jumlah pesawat terbang lebih diminati dibanding transportasi laut (Pandudiary, 2017).

Muzarkosah&Syarifah (2022) Suatu tindakan atau kegiatan yang dapat diajukan oleh suatu pihak kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apapun ialah jasa. Maka jasa adalah sebuah tindakan yang dapat diberikan oleh satu pihak ke pihak lain atau lebih dengan menawarkan totalitas suatu produk. Jasa juga sebagai prasarana untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Konsep dalam kualitas pelayanan adalah faktor penilaian yang mencerminkan tanggapan pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Kriteria yang dimiliki untuk kualitas layanan bisa mencakup 3 hal, yaitu:

1. Hasil Terkait (*Outcome Related*)
2. Proses Terkait (*Process Related*)
3. Gambaran Terkait (*Image Related*)

Loyalitas memiliki arti penting dalam konsep manajemen pelayanan yang bisa dipengaruhi oleh pesaing dan bisa mengambil hati pelanggan. Maka kita harus bisa mempertahankan eksistensi produksi, jasa, layanan dan kualitas untuk mempertahankan konsumen agar tetap bisa menjadi pelanggan untuk mengacu kepada komitmen perusahaan dengan konsisten. Saat pelanggan merasa puas dengan hal ini, maka pelanggan akan tetap menggunakan produk tersebut. Dan jika pelanggan tidak puas, maka akan berpindah ke produk lain. Perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan. Keberhasilan sebuah penyedia layanan tergantung pada apakah perusahaan memiliki hubungan kualitas tinggi dengan pelanggan. Karena hal ini bisa menyangkut loyalitas kepada pelanggan. Dimana loyalitas pelanggan dapat diartikan menjadi faktor kunci dalam bisnis jasa yang menguntungkan, karena memiliki hubungan yang kuat dengan pelanggan dan penyediaan jasa/ layanan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan dan keunggulan dalam suatu bisnis. Dunia bisnis menyoroti pentingnya citra perusahaan dan dikembangkan sebagai faktor kunci keberhasilan juga. Citra perusahaan juga bisa dijadikan acuan untuk bisa tetap mempertahankan perusahaan (Muzammil et al, 2017).

Citra Perusahaan merupakan salah satu komponen yang terpenting dalam membangun perusahaan. Untuk menjaga citra perusahaan tetap stabil, Citra perusahaan sebagai kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata konsumen ataupun pelanggan yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka sendiri, menyimpulkan bahwa semakin baik citra atau kesan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Tujuan dari perusahaan harus tercapai sesuai dengan orientasi keuntungan masing-masing. Maka bisa berpendapat bahwa hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan adalah keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan (Diansyah&Yonatan, 2022).

Hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi pada kepuasan pelanggan dibuktikan dalam beberapa jurnal, menurut Mada Saputra (2018) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Galih Septian Darmawan (2018) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Jihan Nafisa, I Made Sukresna (2018) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Rokhmat Subagiyo, Ahmad Budiman (2019) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Maryati, Nana Darna dan Ali Muhidin (2020) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Indah Wahyuni, Puji Isyanto, Kartika Wijayanti (2022) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dwi Fany Fransiska, Dewi Butar - Butar, Imalia (2022) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Erwina Safitri, Mintarti Rahayu, Nur Khusniyah Indrawati (2022) berpengaruh langsung Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Akan tetapi ada fakta menarik, penulis menemukan beberapa penelitian yang menyatakan pertentangan dengan penelitian yang dicantumkan sebelumnya, Rina Purnama (2019) sesuai dengan analisis kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Puteri Herlanies Susanto, Iwan Kurniawan Subagja (2019) sesuai dengan analisis Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Stivani Yanti Atmanegara, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, Abadi Sanora (2019) sesuai dengan analisis Loyalitas Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pelayaran Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, karena Indonesia memiliki banyak pulau. Salah satu jenis usaha industry dunia logistic yang memberikan pelayanan jasa dan barang antar pulau bisa menggunakan armada transportasi laut. Yaitu biasa disebut dengan jasa

cargo laut. Perusahaan pelayaran di Indonesia saat ini sangat banyak memberikan manfaat kepada masyarakat Indonesia untuk jasa penumpang atau bisnis pengiriman barang antar pulau. Karena Indonesia adalah negara kepulauan, jadi banyak daratan Indonesia yang terpisah karena laut dan belum saling terhubung. Tidak hanya menjadi peluang besar untuk pembisnis, tetapi juga bisa menjadi lapangan pekerjaan bagi transporter sekitar. Banyak sekali penumpang yang akan menyebrang pulau, mengantar keluarga, bekerja dan pengiriman barang. Untuk jasa pelayaran telah diberikan fasilitas oleh BUMN yaitu dengan menghadirkan PT.Pelni (Pelayaran Nasional Indonesia). Tetapi untuk saat ini sudah banyak jenis pelayaran lainnya, yaitu seperti:

Tabel Nama Perusahaan Pelayaran Indonesia

No	Nama	Alamat	Armada
1	NYK Lines	Plaza BII 2, Lantai 14, Jakarta Pusat	Container, Tanker, Bulk Carrier
2	Maersk Lines	Menara Batavia, lantai 15, Jakarta Pusat	Container, Tanker, Bulk Carrier
3	Mediterranean Shipping Company SA	Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 71-73 Mendara Bidakara, Tebet	Container, Tanker, Bulk Carrier
4	Meratus Line	Jl. Aloon-Aloon Priok 27, Surabaya	Container, Tanker, Bulk Carrier
5	Tanto Line	Jl. Indrapura 29 – 33	Container, Tanker, Bulk Carrier
6	K Line Indonesia	Ruko Inkopal Blok G No. 26, Kepala Gading	Bulk Carrier
7	PT. Karya Bhakti Adil	Wisma BSG Lantai 10, Jakarta Pusat	Gas Carrier, Tanker
8	Sumber Bakat Insani	Sudirman Tower Lantai 16, Jakarta	Passenger

9	Jayakusuma Perdana Lines	Jl. HR Rasuna Said Kav C-3 Mega Plaza	
10	Synergy Indonesia	Jl. Duyung No. 01. Batu Ampar, Batam	
11	PT. Radiant Utama Interinsco Tbk	Jl Kapten Tendean No. 24, Jakarta	
12	Offshore Division	Plaza Tower Lantai 39, Jakarta	
13	PT. Indonesia Project Logistics	Riviera Garden Commercial, Kepala Gading	
14	PT. Bayu Maritim Berkah	Jl. MH Thamrin, 81, Jakarta Pusat	
15	PT. Pelayaran Salam Bahagia	Wima Presisi Lantai 6, Kembangan	
16	PT. World Marine & Trading	Graha Cempaka Mas Blok M No. 36, Jakarta Utara	Reefer, Cargo, Tug, Supply
17	PT. Yutaka Alam Segoro	Ruko Kramat Raya Permai, Lantai 3, Jakarta Utara	
18	PT. Wanda Jaya Amertha	Jl. J No. 5, Tebet, Jakarta Selatan	Long Line, Trawl
19	PT. Tirta Mina Sejahtera	Jl. Ciputata Raya No. 17A, Keb. Lama, Jakarta Selatan	Long Line, Trawl
20	PT. Susilo Bahari Nusantara	Prince Center II/43, Jakarta Pusat	
21	PT. Tenaga Baru Nuansa Persada	Jl. Bekasi Timur Raya No. 33, Jakarta Timur	
22	PT. Sindo Jaya Westingeral	Jl. Teber Barat Dalam Raya No. 79 A, Jakarta Selatan	
22	PT Oriza Sativa Agency	dVilla Gading Permai, Jakarta Utara	Long Line, Trawl
23	Dogan SDN BHD	Jl. Industri Malim Jaya 1, Melaka 75450	Cargo, Supply, Utility
24	Bahana Galang Jaya	Jl. Bigjen Katamso Km. 6, Batam	

25	PT. Yossindo Shipping	Jl. Laks, Madya Yossudarso No. 2A, Jakarta Utara
26	Sandi Genesis Samuel Co., LTD	Jl. Tenggiri No. 8 Blok B-3, Jakarta Utara
27	Risaura Mega Perkasa	Jl. Yos Soedarso No. 33, Tanjung Priok, Jakarta Utara
28	PT. Trio Bintang Samudra	Taman Harapan Baru Blok: 1-3, Bekasi
29	PT. Sumber Daya	Jl. Matraman Raya, No. 40, Jakarta
30	PT. Solomindo Pacific Internasional	Villa Mas Gardgen Blok A/15, Bekasi
31	PT. Sinar Samudera Logistics	Ruko Florencia Blok AA No. 31, Kepala Gading
32	PT. Ocean World	Jl. Wartawan 2 No. 2, Buah Batu, Bandung
33	PT. Indopower Crew Management	Jl. Bugis 29, Jakarta 14320
34	PT. Blue Ocean Manning	Gedung Mega Sunter Blok O5, No. C5, Sunter Selatan
35	PT. Bina Mitra Bahari	Jl. Tanjung Priok No. 29 Blok G-8, Surabaya
36	Mitra Jasa Mandiri	Perum Graha Prima Blok IB1/73, Bekasi
37	Java Marine Services, Ltd	MTC Kav H-17, Bandung
38	CV. Nurga Bahtera Mandiri	Puri Kelapa Gading E5, Sleman, Yogyakarta
39	PT. Sumber Karya Energy	Jl. Kali Besar, No. 7, Jakarta Barat
40	PT. Pertamina Shipping	Jl. Kramat Raya, No. 29, Jakarta Pusat
41	PT. Jasindo Duta Segara	Plaza Kelapa Gading Blok C, Jakarta Utara

42	Evergreen Shipping Indonesia	Mega Plaza Building, 9th floors Jl. H.R Rasuna Said Kav. C-3, Jakarta 12920	(+62-21) 521 2310
43	ABM & Circle Navigation	Gedung Lingga Dharma, Lantai 1 Jl Warung Buncit Raya no 17 Jakarta 12550	(+62-21) 7800 167
44	PT Berlian Laju Tanker	Jl. Abdul Muis no 40 Jakarta 10160	(+62-21) 300 60300
45	PT Meratus Line	Jl. Aloon-aloon Priok no 27 Surabaya 60177	+62 31 293 1000, 329 4488

Sumber: <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2003/19TAHUN2003UUPenj.htm>

BUMN berperan menghasilkan barang dan/atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat. Peran BUMN dirasakan semakin penting sebagai pelopor dan/atau perintis dalam sektor-sektor usaha yang belum diminati usaha swasta. BUMN juga merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang signifikan dalam bentuk berbagai jenis pajak, dividen dan hasil privatisasi. Pelaksanaan peran BUMN tersebut diwujudkan dalam kegiatan usaha pada hampir seluruh sektor perekonomian, seperti sektor pertanian, perikanan, perkebunan, kehutanan, manufaktur, pertambangan, keuangan, pos dan telekomunikasi, transportasi, listrik, industri dan perdagangan, serta konstruksi. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menjadi peran penting dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Berfungsi menjadi wadah usaha, menciptakan, mendirikan dan mengembangkan usaha dengan modal yang berasal dari pemerintah. Dalam kenyataannya, walaupun BUMN telah mencapai tujuan awal sebagai agen pembangunan dan pendorong terciptanya korporasi, namun tujuan tersebut dicapai dengan biaya yang relatif tinggi. Kinerja perusahaan dinilai belum memadai, seperti tampak pada rendahnya laba yang diperoleh dibandingkan dengan modal yang ditanamkan. Dikarenakan berbagai kendala, BUMN belum sepenuhnya dapat menyediakan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi bagi masyarakat dengan harga yang terjangkau serta belum mampu berkompetisi dalam persaingan bisnis secara global.

Agar meningkatkan kegiatan penanaman modal baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri untuk percepatan pembangunan dengan tetap meningkatkan perlindungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta Koperasi dan berbagai sektor strategis nasional serta meningkatkan daya saing ekonomi. Penanaman modal adalah perseorangan atau badan usaha yang melakukan penanaman modal, dapat berupa penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing. Penanaman modal asing adalah investasi yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk kepentingan bisnis yang berlokasi di negara lain. Biasanya, istilah penanaman modal asing digunakan untuk menggambarkan keputusan bisnis guna mengakuisisi saham substansial dalam bisnis asing atau membelinya langsung untuk memperluas operasinya ke wilayah baru (di luar wilayah atau negara). Pembelian tiket kapal akan lebih cepat laku terjual jika penumpang yang membeli adalah bagian dari kelompok/ rombongan/ korporasi. Hal ini disebabkan karena bisa menjadi alternatif untuk satu rute dan satu tujuan penumpang. Agar mempermudah suatu instansi bisa efisien dalam transportasi. Hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam membeli tiket secara massal/ kelompok/ rombongan/ korporasi, yaitu:

- a. Efisien kordinasi
- b. Efisien Harga
- c. Efisien transportasi
- d. Kenyamanan Bersama
- e. Tidak rumit
- f. Pilihan Bersama (perusahaan, instansi, kelompok)
- g. Sudah menjadi pelanggan tetap
- h. Membuat suasana baru
- i. Menghadirkan suasana yang baik
- j. Dapat mudah dimengerti

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan dalam penjelasan sebelumnya, tentang persaingan semakin ketat dalam industri pelayaran kapal penumpang dan setelah dianalisis penelitian sebelumnya ,ditemukan

GAP dalam penelitian ini yang dicoba untuk ditelaah sehingga menemukan pembuktian mengenai masalah kepuasan dan loyalitas di objek penelitian, dimana peneliti tertarik untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan dampak bagi Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo dalam menjalankan aktivitas Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan. Sehingga dalam peneliti akan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di moderasi oleh Kepuasan

Pelanggan (Studi Pada Kapal Penumpang KM. Gunung Dempo PT. PELNI (Persero))” dari judul tersebut akan diuji dalam pembahasan BAB selanjutnya, apakah ada hubungan yang erat antara variabel diatas moderenisasi seperti ini atau bisa dikenal dengan sebutan milenial, menongkrong di restoran merupakan salah satu kebutuhan agar mereka ikut serta beradaptasi dengan situasi zaman yang terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi.

I.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya akan dibatasi oleh Kualitas, Citra Merek, Loyalitas dan Kepuasan. Objek yang akan diteliti adalah PT. Pelni (Persero), yaitu akan meneliti responden yaitu konsumen dari Kapal Penumpang KM. Dempo PT. Pelni (Persero).

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah sesuai dengan usulan penelitian ini dilakukan untuk menguji Kualitas, Citra Merek, Loyalitas pada Kapal Penumpang KM. Dempo PT. Pelni (Persero) terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga masalah yang diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Bagaimana untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di moderasi oleh Kepuasan Pelanggan ?
3. Bagaimana untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan ?

4. Bagaimana untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Moderasi oleh Kepuasan Pelanggan?
5. Bagaimana untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan?

I.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di moderasi oleh Kepuasan Pelanggan?
3. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan?
4. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di moderasi oleh Kepuasan Pelanggan?
5. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah ada pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan?

I.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan akan dapat bermanfaat, yaitu :

1. Secara teoritis, penelitian ini semoga bisa memberikan banyak manfaat pengetahuan ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan pada Kepuasan Pelanggan.
2. Secara praktis, penelitian ini semoga menjadi suatu informasi dan bahan pembelajaran bagi perusahaan untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan untuk bisa mempertahankan Kepuasan Pelanggan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

II.1 Landasan Teori

Beberapa konsep dibawah ini menjelaskan secara umum mengenai variable – variable yang terlibat didalam penelitian ini sebagai landasan teoritis terhadap permasalahan yang dibahas.

II.1.1 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dipandang sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang dan bisnis berulang. Hubungan ini dijembatani oleh norma-norma sosial dan faktor-faktor situasional. Antecedent kognitif, afektif, dan konatif dari sikap relatif diidentifikasi karena memiliki andil pada loyalitas, demikian juga konsekuensi perilaku dan motivasi.

loyalitas konsumen lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (behavior) daripada dengan sikap. Jika seseorang merupakan konsumen loyal, konsumen akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non-random yang diungkap akan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan (Griffin, 2018).

Griffin (2018:31) menyatakan bahwa loyalitas konsumen tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli.

Adapun Indikator dari Loyalitas Pelanggan, Sebagai berikut

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur. Konsumen yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.
2. Membeli antar lini produk dan jasa. Konsumen yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan, melainkan mereka juga membeli produk, mengganti produk lama ke yang baru ataupun menggunakan jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.