

## Pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Experience Management* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Km Makassar C2 di Samarinda

Achmad Afdal

Universitas Mulawarman, Indonesia

Email: [achmadafdal@gmail.com](mailto:achmadafdal@gmail.com)

Alamat: Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

Korespondensi Penulis: [achmadafdal@gmail.com](mailto:achmadafdal@gmail.com)

**Abstract.** *The Influence of Service Quality, Customer Experience Management and Trust on User Satisfaction of KM. Makassar C2 in Samarinda under the guidance of Mr. Dr. M. Zaini, M.Si. This study aims to test and analyze whether there is a significant influence of service quality, customer experience management, and trust on user satisfaction of KM Makassar C2 services in Samarinda. This study uses a quantitative research method with sample determination using the lemeshow formula. The population used is KM Makassar C2 Service Users in Samarinda. The data collection technique in this study used a questionnaire with a total of 96 respondents from KM Makassar C2 service users. The analysis tool used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it is known that partially service quality and customer experience management have a significant effect on user satisfaction, then trust does not have a significant effect on user satisfaction. However, the results of simultaneous testing show that service quality, customer experience management and trust have a significant effect on user satisfaction of KM Makassar C2 services in Samarinda.*

**Keywords :** *Customer Experience Management, Service Quality, Trust, User Satisfaction.*

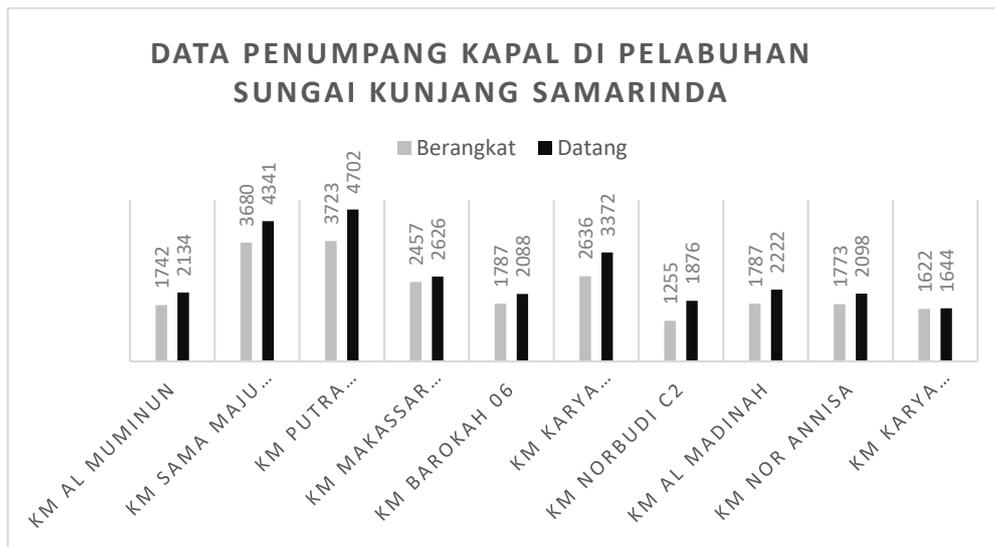
**Abstrak.** Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience Management dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa KM Makassar C2 di Samarinda di bawah bimbingan Bapak Dr. M. Zaini, M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan, customer experience management, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna jasa KM Makassar C2 di Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan, penentuan sampel menggunakan rumus lemeshow. Populasi yang digunakan adalah Pengguna Jasa KM Makassar C2 di Samarinda. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 96 responden dari pengguna jasa KM Makassar C2. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial kualitas layanan dan customer experience management berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa, kemudian kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Namun untuk hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, customer experience management dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa KM Makassar C2 di Samarinda.

**Kata Kunci :** *Customer Experience Management, Kepercayaan, Kepuasan Pengguna Jasa, Kualitas Layanan.*

### 1. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara maritim dengan ribuan pulau yang dihubungkan melalui laut dan air seperti sungai, danau, rawa, dan kanal. Seiring dengan berkembangnya zaman, angkutan air yang ada di beberapa pulau di Indonesia kemudian memegang peranan yang penting selain untuk membantu kegiatan umum masyarakat juga menjadi sarana mobilitas dan peningkatan Pembangunan ekonomi. Meningkatnya kebutuhan akan angkutan air ini kemudian menumbuhkan berbagai pelaku usaha jasa angkutan air.

Meskipun di Kota Samarinda telah hadir berbagai jenis transportasi mulai dari transportasi darat, air, serta udara. Angkutan sungai di Sungai Mahakam tetap eksis dan hadir ditengah masyarakat. KM Makassar C2 merupakan salah satu angkutan yang beroperasi di pelabuhan sungai kapal dan barang di Kota Samarinda dan telah menjadi penghubung perekonomian daerah khususnya bagi Kota Samarinda, Kutai Barat dan Mahakam Ulu. Berdasarkan data mengenai jumlah penumpang kapal di Pelabuhan Sungai Kunjang Samarinda sebagai berikut :



Sumber: Data Dinas Perhubungan Samarinda (2023)

**Gambar 1. Data Penumpang Kapal di Pelabuhan Sungai Kunjang Samarinda**

Diketahui terdapat 9 jenis Kapal Motor dengan trayer atau lintasan yang sama dengan KM Makassar C2. Kemudian melalui data penumpang kapal motor di tahun 2023 diketahui bahwa KM Makassar C2 memiliki jumlah penumpang dibawah 3 kapal motor kompetitor lainnya. Oleh karena itu penting bagi KM Makassar C2 untuk dapat meningkatkan jumlah penumpang dengan cara memberikan kualitas layanan yang baik, menciptakan pengalaman yang mengesankan serta menimbulkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan. Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : "Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience management dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa KM Makassar C2 di Samarinda".

## 2. KAJIAN TEORITIS

### a. Pemasaran

#### 1) Definisi Pemasaran

Menurut Stanton Wiliam (2001) dalam (Sudrartono et al., 2022) Pemasaran memiliki arti keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang diperuntukkan untuk perencanaan dalam menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan baik kepada para pembeli maupun calon pembeli.

### b. Kualitas Layanan

#### 1) Definisi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2015) dalam (Darwis, 2020), kualitas layanan memiliki arti perbandingan antara tingkat layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Dengan demikian kualitas pada jasa bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk selalu konsisten dalam memenuhi harapan pelanggannya.

#### 2) *Customer Experience Management*

##### a. Definisi *Customer Experience Management*

Menurut (Darwis, 2020) *Customer experience* bersifat kompleks dan mengartikan berbagai respon baik yang bersifat kognitif, afektif, emosional, sosial dan fisik oleh pelanggan terhadap suatu perusahaan. *Customer experience* tidak hanya diciptakan oleh elemen-elemen yang bisa dikontrol oleh perusahaan seperti layanan tatap muka, suasana perusahaan/toko, dan harga, melainkan juga melalui elemen yang tidak dapat dikendalikan perusahaan seperti pengaruh orang lain, tujuan pembelian.

#### 3) Kepercayaan

##### a. Definisi Kepercayaan

Menurut Soegoto (2016) dalam (Darwis, 2020) menyatakan bahwa faktor trust/kepercayaan terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam pembentukan loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk/jasa dalam situasi risiko karena adanya ekspektasi bahwa produk/jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif.

#### **4) Kepuasan**

##### **a. Definisi Kepuasan**

Kotler dan Armstrong (2015) dalam (Darwis, 2020) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan dari kinerja yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa sesuai dengan ekspektasi para pembeli. Apabila kinerja produk yang diberikan tidak mencapai ekspektasi, maka diprediksi pembelinya akan merasa tidak puas.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti melalui kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang akan ditanggapi oleh responden yakni pengguna jasa pada KM Makassar C2 di Samarinda. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari data Dinas Perhubungan Kota Samarinda.

#### **B. Populasi, Sampel dan Sampling**

Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah Pengguna Jasa KM Makassar C2 di Samarinda. Jenis sampling yang dilakukan adalah purposive sampling. Sampel diperoleh menggunakan rumus lemeshow, rumus lemeshow dilakukan apabila jumlah populasi tidak diketahui (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Penentuan sampel pada rumus ini sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Berdasarkan rumus lemeshow, dihasilkan perhitungan yaitu :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Melalui perhitungan dengan rumus lemeshow diatas, didapatkan hasil sampel sebanyak 96 responden. Adapun kriteria yang dilakukan oleh peneliti dalam pengambilan sampel adalah Pengguna jasa yang pernah menggunakan jasa KM Makassar C2 di Samarinda minimal sebanyak 1 kali.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### Uji Validitas

**Tabel 1** Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel 5%	Keterangan
			(96)	
Kualitas Layanan (X1)	P1	0,771	0,1986	Valid
	P2	0,741	0,1986	Valid
	P3	0,723	0,1986	Valid
	P4	0,733	0,1986	Valid
	P5	0,823	0,1986	Valid
	P6	0,798	0,1986	Valid
	P7	0,806	0,1986	Valid
	P8	0,843	0,1986	Valid
	P9	0,837	0,1986	Valid
	P10	0,857	0,1986	Valid
<i>Customer Experience Management</i> (X2)	C1	0,721	0,1986	Valid
	C2	0,792	0,1986	Valid
	C3	0,808	0,1986	Valid
	C4	0,747	0,1986	Valid
	C5	0,807	0,1986	Valid
	C6	0,794	0,1986	Valid
	C7	0,82	0,1986	Valid
	C8	0,722	0,1986	Valid
	C9	0,77	0,1986	Valid
	C10	0,792	0,1986	Valid
Kepercayaan (X3)	K1	0,898	0,1986	Valid
	K2	0,923	0,1986	Valid
	K3	0,899	0,1986	Valid
Kepuasan Pengguna Jasa (Y)	Y1	0,932	0,1986	Valid
	Y2	0,905	0,1986	Valid
	Y3	0,934	0,1986	Valid

Sumber : Data Penelitian dari SPSS Version 27, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian validitas dari variabel Kualitas Layanan, Customer Experience Management, Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Jasa dengan 26 item pertanyaan diperoleh hasil valid sebagaimana tabel-tabel di atas, keseluruhan nilai rhitung menunjukkan nilai lebih dari rtabel dengan nilai signifikansi

5%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua angket pada penelitian ini dapat dinyatakan valid, dan bisa digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2** Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,934	10	Reliabel
Customer Experience (X2)	0,926	10	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,892	3	Reliabel
Kepuasan Pengguna Jasa(Y)	0,912	3	Reliabel

Sumber: Data SPSS Version 27, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian reliabilitas dari variabel Kualitas Layanan, Customer Experience Management, Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Jasa diperoleh hasil yang reliabel. Suatu hasil dalam pengujian reliabilitas dapat dikatakan baik apabila nilai hasil dari koefisien alpha lebih besar dari 0,60. Melalui hasil pengujian pada tabel 4.10 diatas diperoleh bahwa Cronbach's Alpha hitung lebih besar dari 0,60 mengartikan bahwa instrumen atau item-item pertanyaan terbilang reliabel untuk dapat mengukur variabel Kualitas Layanan, Customer Experience Management, Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Jasa .

## B. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

**Tabel 3** Hasil Uji Kolmogrov Smirnof

N		96	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.88653940	
Most Extreme Differences	Absolute	.173	
	Positive	.107	
	Negative	-.173	
Test Statistic		.173	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Berdasarkan tabel diatas ditemukan bahwa nilai test statistic yang didapatkan sebesar 0.173, hal tersebut dapat mengartikan yaitu model regresi terdistribusi normal dikarenakan tingkat signifikansinya  $\geq 0,05$ .

### C. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,187	5,353	Non Multikolinier
Customer Experience (X2)	0,213	4,696	Non Multikolinier
Kepercayaan (X3)	0,337	2,966	Non Multikolinier

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada model regresi adalah non multikolinier atau tidak terdapat gejala multikolinieritas, dikarenakan pada ketiga variabel bebas nilai tolerance  $\geq 0,1$  dan VIF  $< 10$ .

### D. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5** Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Variabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,067	Tidak ada heteroskedastik
Customer Experience (X2)	0,859	Tidak ada heteroskedastik
Kepercayaan (X3)	0,894	Tidak ada Heteroskedastik

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai signfikansi pada variabel kualitas layanan, customer experience dan kepercayaan lebih dari 0,05 yang mengartikan bahwa dari ketiga variabel tidak ada yang nilai signifikansinya secara statistik berpengaruh terhadap variabel dependen. maka disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

### E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

#### Persamaan Regresi Linier Berganda

**Tabel 6** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	- 0,641	1.003		-0,640	0,524
Kualitas Layanan	0.111	0,054	0,309	2,078	0,041
Customer Experience	0,173	0,054	0,446	3,208	0,002
Kepercayaan	0,066	0,110	0,066	0,599	0,551

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Melalui output SPSS pada tabel *coefficients* maka persamaan regresi dirumuskan sebagai

$$Y = - 0,641 + 0,111 X_1 + 0,173 X_2 + 0,066 X_3 + \epsilon$$

## F. Perhitungan Koefisien Korelasi (R)

Tabel 7 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.620	.608	1.91705

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Customer Experience Management, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Koefisien korelasi (R) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Melalui tabel output SPSS diatas, maka diperoleh nilai koefisien relasi (R) sebesar 0,788 atau 78,8% yang artinya tingkat hubungan antara variabel bebas kualitas layanan (X1), customer experience (X2) dan kepercayaan (X3) terhadap variabel terikat kepuasan pengguna jasa (Y) mempunyai hubungan dengan kategori “kuat” (Sugiyono 2015:216).

## G. Perhitungan Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Tabel 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.620	.608	1.91705

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Customer Experience Management, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber : Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Pada tabel menunjukan bahwa R Square sebesar 0,620, yang mengartikan bahwa pengaruh kualitas layanan, customer experience dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang sebesar 62% yang dimana sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Pada tabel juga menunjukan adjusted R Square 0,608 berarti bahwa 60,8% variasi dari kepuasan pengguna jasa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel bebas. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dijelaskan oleh variabel lain yang termasuk dalam penelitian.

## H. Hasil Uji Hipotesis

### 1) Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 9** Hasil Uji F atau Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	552.548	3	184.183	50.117	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	338.108	92	3.675		
	Total	890.656	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Customer Experience Management, Kualitas Layanan

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Melalui hasil dari tabel diatas, didapatkan nilai F sejumlah 50,117 dan nilai Sig sejumlah 0 lebih kecil daripada 0,05 (<0,05), sedangkan Ftabel diketahui adalah 2,70. Dikarenakan Fhitung > Ftabel (50,117>2,70) dan nilai Sig. <  $\alpha$  (0,05) (0,001<0,05), maka hipotesis H4 diterima. Dapat di terangkan bahwa variabel bebas kualitas layanan (X1) Customer Experience (X2) dan kepuasan pengguna jasa (X3) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pengguna jasa (Y).

### 2) Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 10** Hasil Uji t atau Parsial

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.641	1.003		-.640	.524		
	Kualitas Layanan	.111	.054	.309	2.078	.041	.197	5.353
	Customer Experience Management	.173	.054	.446	3.208	.002	.213	4.696
	Kepercayaan	.066	.110	.066	.599	.551	.337	2.966

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber: Data Penelitian SPSS Ver 27. 2024

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui bahwa :

Variabel kualitas layanan (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 2.078 dengan nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari alpha 0,05 (0,04 < 0,05). Maka hipotesis diterima, yaitu variabel kualitas layanan (X1) secara parsial mempengaruhi variabel kepuasan pengguna jasa (Y).

Variabel customer experience management (X2) memperoleh nilai thitung sebesar 3,208 dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari alpha 0,05

( $0,00 < 0,05$ ). Maka hipotesis diterima, yaitu variabel customer experience management (X2) secara parsial mempengaruhi variabel kepuasan pengguna jasa (Y)

Variabel kepercayaan (X3) memperoleh nilai thitung sebesar 0,599 dengan nilai signifikansi 0,551 lebih besar alpha 0,05 ( $0,55 > 0,05$ ). Maka hipotesis ditolak, yaitu variabel kepercayaan (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna jasa(Y).

### 3) Uji Dominan

**Tabel 11** Hasil Uji Dominan

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.641	1.093		-.640	.524	
	Kualitas Layanan	.111	.054	.309	2.079	.041	1.97
	Customer Experience Management	.173	.054	.446	3.209	.002	.213
	Kepercayaan	.066	.110	.066	.599	.551	.337

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber : Data Penelitian SPSS Ver 27, 2024

Berdasarkan output SPSS variabel yang paling dominan adalah variabel Customer Experience Management (X2) dengan nilai standardized coefficients beta sebesar 0,446.

## I. Pembahasan

### 1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan

Pada pengujian hipotesis melalui uji parsial diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X1) mempengaruhi kepuasan pengguna jasa. Hal tersebut menjelaskan bahwa dibalik kegiatan penumpang pada saat menggunakan jasa, terdapat penilaian penumpang terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu KM Makassar C2. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Darwis, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang, sehingga hipotesis diterima.

Kualitas layanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dari pengguna atau bahkan lebih, Beberapa aspek menjadi penilaian bagi konsumen dalam menggunakan jasa tersebut seperti halnya aspek manusia, aspek fasilitas, aspek kebersihan hingga integritas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak

langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. (Darwis, 2020).

Berdasarkan penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa indikator dari kualitas layanan yaitu ketanggapan (*responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Empati (*Empathy*), Jaminan (*Assurance*), dan Bukti Fisik (*Tangible*) telah dipenuhi oleh pelaku jasa KM Makassar C2.

## 2) Pengaruh *Customer Experience Management* Terhadap Kepuasan

Pada penelitian ini *Customer experience* atau pengalaman pelanggan adalah variabel bebas yang memiliki pengaruh signifikan dan paling dominan pengaruhnya di dalam kepuasan pengguna jasa Kapal Motor Makassar C2. Hasil ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darwis, 2020) yang menyatakan bahwa *customer experience management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Maka dapat dikatakan hipotesis diterima.

Faktor pengalaman pelanggan merupakan faktor personal yang dialami oleh pelaku atau pengguna barang dan jasa, melalui pelayanan yang diberikan pelanggan akan memilih untuk kembali menggunakan jasa tersebut atau tidak. Faktor pengalaman pelanggan dapat digali dari pengalaman secara *sense* (kesan secara sensory panca indera), *feel* (perasaan), *think* (berfikir), *act* (perilaku), dan *relate* (sosial). (Maghfiroh, 2017). Maka dari itu pengalaman baik yang dirasakan penumpang saat menggunakan kapal motor adalah yang paling dominan pengaruhnya bagi pengguna KM Makassar C2, dan dapat menjadikan mereka menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*.

## 3) Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan

Dari penelitian ini, diketahui bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa, oleh karena itu hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa KM Makassar C2 ditolak. Berbeda dengan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Darwis, 2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Penelitian lain dilakukan oleh (Mawey et al., 2018) terhadap pelayanan jasa, yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT BANK SULUTGO” menyatakan bahwa dalam pelayanan jasa

kepercayaan tidak berpengaruh signifikan, sehingga selaras dengan hasil yang didapatkan.

Hal ini bermakna bahwa pengguna jasa tidak terlalu mempertimbangkan kepercayaan dalam menyimpulkan apakah mereka merasa puas atau tidak terhadap jasa yang diberikan, dengan kata lain walaupun penumpang memiliki kepercayaan terhadap kapal, belum berarti bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini bagi responden kurang diperlukan unsur kepercayaan (*trust*) dalam keputusan untuk menggunakan jasa KM Makassar C2.

#### **4) Pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Experience Management*, dan Kepercayaan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa**

Melalui hasil uji F atau simultan yang dilakukan terhadap variabel bebas kualitas layanan (X1), *Customer Experience Management* (X2), Kepercayaan (X3) dan juga variabel terikat kepuasan pengguna jasa (Y) diketahui bahwa ketiga variabel secara simultan atau bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengguna Jasa (Y), *Customer Experience Management* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y).

#### **5) Hasil Uji Secara Dominan**

Melalui hasil uji t atau parsial diketahui bahwa variabel *Customer Experience Management* (X2) adalah variabel yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y). Hasil yang sama dengan penelitian oleh (Darwis, 2020) yang menyatakan bahwa *Customer Experience Management* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. Maka dari itu penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan pengelolaan akan pengalaman dari pelanggan atau *Customer Experience Management*, agar meningkatkan kepuasan dari para pelanggan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Melalui penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik akan dapat memberikan kepuasan kepada pengguna jasa, dalam hal ini penumpang KM Makassar C2 yang terpuaskan akan meninggalkan kesan yang baik dan bisa saja melakukan pembelian berulang. (2) Variabel customer experience management memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Mengartikan bahwa selain mencari pelayanan yang berkualitas, penumpang pada KM Makassar C2 juga mencari pengalaman berkesan yang diberikan oleh kapal, pengalaman ini bisa berupa apa yang penumpang rasakan secara individu maupun pengalaman yang dibuat oleh kapal motor. (3) Variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang diberikan oleh pengguna jasa tidak menjamin apakah pengguna tersebut akan merasa terpuaskan oleh jasa yang diberikan semasa perjalanan, khususnya pada KM Makassar C2. (4) Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara simultan ditemukan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas layanan, customer experience management dan kepercayaan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yakni kepuasan pengguna jasa KM Makassar C2 di Samarinda. (5) Berdasarkan nilai coefficients pada output SPSS diketahui bahwa variabel Customer Experience Management memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pengguna jasa KM Makassar C2 di Samarinda.

Adapun saran yang mungkin dapat membantu KM Makassar C2 dalam hal meningkatkan kepuasan penumpang adalah (1) Penting bagi KM Makassar C2 untuk memperhatikan dan memaksimalkan kualitas dari jasa yang mereka berikan sehingga para pelanggan akan terpuaskan dan kembali menggunakan jasanya. Peningkatan kualitas layanan KM Makassar C2 dapat dilakukan dengan perbaikan dalam segi kualitas sumber daya manusia atau penyedia jasa dengan memperhatikan standar serta kualifikasi awak kapal yang kompeten, dengan cara mengikut standar kompetensi yang diberikan oleh dinas perhubungan melalui surat tanda kecakapan (STK). (2) Meningkatkan customer experience management dengan cara memberikan kenyamanan yang dapat dirasakan, seperti dengan tidak membeda-bedakan atau mengistimewakan konsumen atau pengguna jasa tertentu saja tetapi juga harus bersikap adil kepada semua konsumen atau pengguna jasa, agar tidak menimbulkan perbedaan dan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aidil Fitra, A. A. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dok kapal PT. Partsindo Abadi Samarinda. <https://doi.org/10.11.1001.3443.146>
- Aisyah, S. (2020). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian secara online pada Hilma Olshop.
- Darangeng, A. R., & Kamariah, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan kapal terhadap kepuasan pengguna jasa PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Makassar. *Jurnal Administrasi Negara*, 27(1).
- Darwis, F. (2020). Pengaruh kualitas layanan, customer experience management dan kepercayaan terhadap kepuasan penumpang kapal PT Pelayaran Nasional Indonesia Cabang Balikpapan. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati (STIAMAK).
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (ed. 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (ed. 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idrus, Z., Mulyana, A., Armanto, M. E., Susetyo, D., Wildayana, E., Umar, S. A., Ratmoko, I. A., Doktor, M., Lingkungan, I., Sarjana, P., Sriwijaya, U., Pertanian, F., & Sriwijaya, U. (2018). Pendayagunaan sumber daya perairan umum untuk meningkatkan mobilitas masyarakat: Moda transportasi sungai di KTM Telang. *Prosiding Seminar Nasional*, 49, 172–184.
- Idrus, Z., Mulyana, A., Armanto, M. E., Susetyo, D., Wildayana, E., Umar, S. A., Ratmoko, I. A., & Oktavia, R. (2018). *Prosiding Seminar Nasional Hari Air Dunia*.
- Julitriarsa, D., & Agustina. (2021). Pengaruh pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen terhadap niat beli ulang pada pembelian produk skincare di e-commerce Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Mahasiswa*, 2(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran* (Vol. 2, ed. 13). Erlangga.
- Maghfiroh, L. (2017). Pengaruh brand image, customer perceived value, dan customer experience terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Penelitian Kesehatan Suara Forikes*.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank SulutGo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Paisal, & Afrizawati. (2017). Pengaruh kualitas layanan jasa terminal penumpang kapal cepat terhadap kepuasan konsumen.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.

- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh pengalaman pelanggan, kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kesediaan untuk membayar. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 238–252.
- Sudrartono, T., Soegoto, A. S., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Sudirman, A., Agustini, I. G. A. A., Putra, A. R., & Triwardhani, D. (2022). *Manajemen pemasaran jasa*. Penerbit Widina.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Suryantoro, B., & Prasongko, R. R. A. (2021). Kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna jasa penyeberangan pada kapal motor penumpang Prathita PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Ketapang di Banyuwangi. *Jurnal Baruna Horizon*, 15–23.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Andi.