

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA EKSPEDISI MUATAN KAPAL LAUT (EMKL) PT MULTIMODATRANS INDONESIA

Putri Esa Genangku<sup>a</sup>, Etika Sabariah<sup>b</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ [etika.esb@bsi.ac.id](mailto:etika.esb@bsi.ac.id), Universitas Bina Sarana Informatika

#### ABSTRACT

*PT. Multimodatrans Indonesia is an International Freight Forwarding and Logistics company providing Ship Freight Forwarding (EMKL) services at relatively low prices with good service quality. The purpose of this study was to determine the effect of price and service quality simultaneously on customer satisfaction for Ship Freight Forwarding (EMKL) PT. Multimodaltrans Indonesia. This study uses a quantitative method by taking a saturated sample technique. The sample in this study amounted to 30 who were import customers of PT. Multimodaltrans Indonesia. Price has a t count of 2,903 > t table of 2,052 with a significant value of 0.048 < 0.05, which means that price has an influence on customer satisfaction. Service Quality has a significant price of 0.038 < 0.05 and t count 2.187 > t table 2.05, which means service quality has an influence on customer satisfaction. Price and Service Quality have a calculated f value of 15,402 > 3.34 and a significant value of 0.000 < 0.05, which means that price and service quality have an influence on customer satisfaction. Affordable prices can affect customer satisfaction in buying products or services, this is an important factor influencing the choice of buyers. Quality of Service provided by PT. Multimodatrans Indonesia influences customer satisfaction in providing reliable document services because it is done by experienced people in the export and import sector, creating customer satisfaction for PT. Multimodatrans Indonesia in working on documents properly and customer impressions of the services they expect and receive can be compared to determine the level of service quality*

**Keywords:** Price, Service Quality, Customer Satisfaction

#### ABSTRAK

PT. Multimodatrans Indonesia merupakan perusahaan *Freight Forwarding* dan Logistik Internasional dengan menyediakan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) dengan harga relatif murah dengan kualitas pelayanan yang baik. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) PT. Multimodatrans Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil teknik sampel jenuh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 yang merupakan pelanggan impor PT. Multimodatrans Indonesia. Harga memiliki t hitung 2.903 > t tabel 2.052 dengan nilai signifikan 0.048 < 0.05 yang artinya harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan memiliki signifikan harga 0.038 < 0.05 dan nilai t hitung 2.187 > t tabel 2.05 yang artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai f hitung 15.402 > 3.34 dan nilai signifikan 0.000 < 0.05 yang artinya harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk atau jasa, hal tersebut menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Kualitas Pelayanan yang diberikan PT. Multimodatrans Indonesia mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pelayanan dokumen yang handal karena dikerjakan oleh orang berpengalaman dibidang ekspor impor, menciptakan kepuasan pelanggan kepada PT. Multimodatrans Indonesia dalam mengerjakan dokumen dengan baik dan kesan pelanggan terhadap layanan yang mereka harapkan dan mereka terima dapat dibandingkan untuk menentukan tingkat kualitas pelayanan

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

#### 1. PENDAHULUAN

Kegiatan Ekspor import sudah menjadi bagian umum dari perdagangan internasional yang menunjukkan zaman globalisasi di bidang pemasaran. Kegiatan ekspor impor tidak lepas dari kendala dalam pelaksanaannya. Kegiatan ekspor impor mempunyai hambatan seperti terhambatnya proses pengeluaran atau masuknya barang dari kawasan pabean dan banyaknya syarat administrasi yang harus dipenuhi untuk melakukan ekspor impor barang. Syarat administrasi tersebut membutuhkan banyak dokumen yang dibutuhkan untuk kelancaran proses *custom clearance*. Semua yang berhubungan dengan keluar masuknya barang ekspor impor, *custom clearance* dilakukan untuk memberikan bentuk pendapatan dengan menggunakan bea dan pungutan kepada pemerintah atas barang-barang tertentu yang diimpor ke suatu

negara. Menurut Ridwan dan Widiyanti (2014) *Custom Clearance* merupakan proses administrasi pengiriman dan atau pengeluaran barang ke atau dari pelabuhan muat atau pelabuhan bongkar yang berhubungan dengan kepabeanan dan administrasi pemerintah. Pada dasarnya pengelolaan *custom clearance* melibatkan instansi pemerintah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dan badan usaha seperti perusahaan pelayaran, Ekspedisi Muatan Kapal Laut dan angkutan truk.

Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) adalah perusahaan jasa yang membantu eksportir dan importir dengan memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengelola pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut atau udara dengan agen pengiriman dan pemrosesan dokumen dengan Bea cukai dan instansi terkait lainnya. Dikalangan para eksportir dan importir jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan pelanggannya. Jika pelanggan puas akan pelayanan yang diberikan PT. Multimodatrans Indonesia dengan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) maka pelanggan PT. Multimodatrans Indonesia akan menggunakan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) secara berulang (*repeat buying*) yang kemudian bisa menjadi pelanggan tetap sehingga perusahaan PT. Multimodatrans Indonesia sangat berpeluang menjadi pangsa pasar dan hal ini menjadikan perusahaan semakin maju dan dipercaya oleh pelanggan di kalangan ekspor impor. Sebagai sebuah perusahaan jasa tentunya PT. Multimodatrans Indonesia telah berupaya menerapkan strategi harga dan kualitas pelayanan yang tepat guna menarik pelanggan untuk menggunakan Kembali jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL). Faktor harga sangat mempengaruhi terhadap keputusan penggunaan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) sebagai perusahaan yang menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan perusahaan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) lainnya, adanya harga handling dokumen yang relatif murah diberikan sehingga membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa untuk nilai yang ditukar konsumen atas keuntungan harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli Menurut Philip Kotler dalam (Indrasari 2019:36). Kunci lain untuk mempertahankan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh harapan pelanggan dan layanan yang sebenarnya mereka terima berbeda disebut sebagai kualitas layanan. Kesan pelanggan terhadap terhadap layanan yang mereka harapkan dan yang mereka terima dapat dibandingkan untuk menentukan tingkat kualitas layanan menurut Ratih (Solikha 2020:69).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Harga

Menurut Swastha (2010:147) Nilai suatu barang atau jasa dihitung sebagai jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan kombinasi dari barang atau jasa tersebut dan layanan yang disertakannya. Menurut Kotler dalam (Indrasari 2019:36) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa untuk nilai yang ditukar konsumen atas keuntungan harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga menjadi ukuran bagi pelanggan karena mereka kesulitan menilai kualitas produk yang kompleks untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jika barang yang diinginkan pelanggan adalah barang dengan kualitas atau kualitas yang baik, harganya tentu mahal, tetapi jika barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas biasa atau harganya tidak terlalu mahal, dapat dijelaskan bahwa harga merupakan ukuran kualitas.

### b. Kualitas Pelayanan

Menurut Ratih, Kualitas Pelayanan merupakan seberapa jauh harapan pelanggan dan layanan yang sebenarnya mereka terima berbeda disebut sebagai kualitas layanan. Kesan pelanggan terhadap terhadap layanan yang mereka harapkan dan yang mereka terima dapat dibandingkan untuk menentukan tingkat kualitas layanan. Faktor utama yang dianggap serius oleh bisnis dan yang menggunakan semua sumber dayanya adalah kualitas layanan (Solikha 2020:69).

### c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah rasa puas atau ketidakpuasan yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja sebenarnya dari suatu barang atau jasa dengan harapan yang mereka miliki sebelum menggunakannya. Menurut Tjiptono dan Gregorius, kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan atas ketidak konsistenan atau dikonfirmasi antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk atau jasa setelah penggunaan ialah yang menentukan apakah konsumen puas atau tidak puas (Safria 2019:41).

Menurut Lovelock dan Laurence, kepuasan pelanggan yaitu setelah menggunakan produk atau jasa, pelanggan dapat merasakan berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tergantung pada seberapa baik harapan mereka terpenuhi (Safria 2019:41).

Kepuasan pelanggan mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan dimata pelanggan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Agtovia & Suratriadi, 2017).

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif statistik. Metode ini berbasis filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau subjek dengan atribut dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dari mana kesimpulan akan dibuat (Agtovia Frimayasa, Setiyo Purwanto, 2023). Menurut Sugiyono Populasi artikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2022:215). Populasi dalam penelitian adalah berjumlah 30.

Menurut Sugiyono Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi (Priadana 2021:159). sampel jenuh adalah sampel yang dilakukan bila semua anggota populasi mampu untuk dijadikan sampel penelitian, mekanisme ini dilakukan jikalau populasi berjumlah kecil yang setidaknya kurang dari 30 (Frimayasa, Setiyo Purwanto, 2023). Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian adalah sampel jenuh. Sampel dalam riset adalah pelanggan impor PT. Multimodatrans Indonesia berjumlah 30. Teknik Analisa data kuantitatif pada data yang dikumpulkan dari responden diolah dengan aplikasi olah data SPSS versi 25. Uji yang dilakukan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Regresi Linear Berganda, Koefisien determinasi, Uji t (Parsial) dan Uji f (simultan).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Uji Validitas

#### Uji Validitas Variabel X1, X2 dan Y

Dimensi	Item Pernyataan	relasi Person(r hitung)	r tabel (n=28)	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,637	0,374	VALID
	X1.2	0,719	0,374	VALID
	X1.3	0,797	0,374	VALID
	X1.4	0,821	0,374	VALID
	X1.5	0,847	0,374	VALID
	X1.6	0,701	0,374	VALID
	X1.7	0,724	0,374	VALID
	X1.8	0,751	0,374	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,504	0,374	VALID
	X2.2	0,676	0,374	VALID
	X2.3	0,728	0,374	VALID

Dimensi	Item Pernyataan	relasi Person(r hitung)	r tabel (n=28)	Keterangan
	X2.4	0,749	0,374	VALID
	X2.5	0,679	0,374	VALID
	X2.6	0,735	0,374	VALID
	X2.7	0,765	0,374	VALID
	X2.8	0,762	0,374	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,735	0,374	VALID
	Y.2	0,741	0,374	VALID
	Y.3	0,762	0,374	VALID
	Y.4	0,805	0,374	VALID
	Y.5	0,874	0,374	VALID
	Y.6	0,862	0,374	VALID
	Y.7	0,895	0,374	VALID
	Y.8	0,862	0,374	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data yaitu diperoleh dari hasil uji validitas Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dari masing-masing 8 (delapan) pernyataan diketahui nilai r hitung > r tabel. maka pernyataan dinyatakan valid

**b. Uji Reabilitas**

Dimensi	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,886	RIABEL
	X1.2	0,878	RIABEL
	X1.3	0,869	RIABEL
	X1.4	0,866	RIABEL
	X1.5	0,865	RIABEL
	X1.6	0,879	RIABEL

Dimensi	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
	X1.7	0,877	RIABEL
	X1.8	0,876	RIABEL
Cronbach's Alpha X1		0,889	RIABEL
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,839	RIABEL
	X2.2	0,835	RIABEL
	X2.3	0,833	RIABEL
	X2.4	0,840	RIABEL

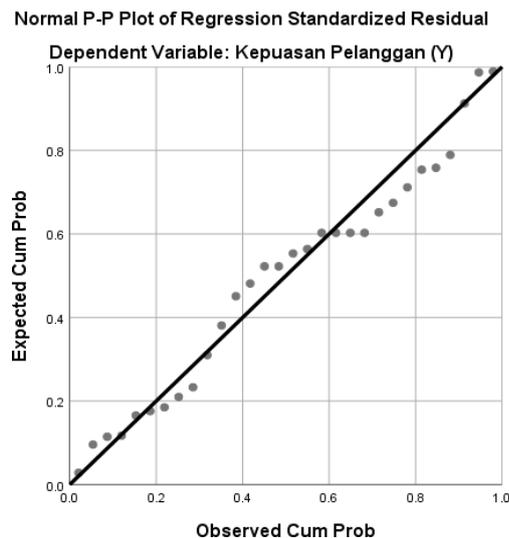
	X2.5	0,838	RIABEL
	X2.6	0,838	RIABEL
	X2.7	0,839	RIABEL
	X2.8	0,860	RIABEL
Cronbach's AlphaX2		0,857	RIABEL
Kepuasan Pelanggan(Y)	Y.1	0,922	RIABEL
	Y.2	0,922	RIABEL
	Y.3	0,920	RIABEL
	Y.4	0,919	RIABEL
	Y.5	0,910	RIABEL
	Y.6	0,910	RIABEL
	Y.7	0,908	RIABEL
	Y.8	0,912	RIABEL
Cronbach's AlphaY		0,925	RIABEL

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dari masing-masing variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan  $> 0.70$  sehingga dapat disimpulkan semua variabel riabel, karena memenuhi koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0.70$

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan grafik normal p-plot dan uji Uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

### d. Uji Normalitas Grafik P-Plot

Berdasarkan pada grafik Normal P-P Plot, data menunjukkan distribusi normal residual, seperti ditunjukkan oleh garis diagonal. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas residual.

**Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

Uji kolmogorov Smirnov		
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	2.7786958
Most Extreme Differences	Absolute	0.103
	Negative	-0.09
Test Statistic		0.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.200<sup>c,d</sup></b>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, sesuai dengan hasil uji statistik Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual

**e. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi, model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independent

**Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0.47	2.129
Kualitas Pelayanan	0.47	2.129

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Diketahui bahwa variabel Harga (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) masing-masing memiliki nilai VIF 2.129 < 10.00 dan *Tolerance value* 0.470 > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi

**f. Uji Heterokedastisitas**

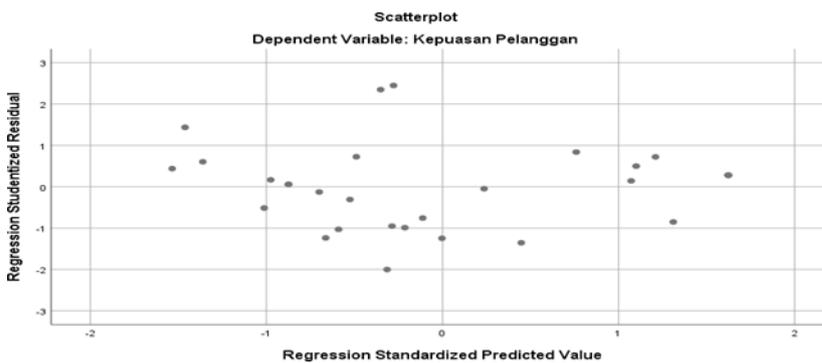
Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Uji Heteroskedastisitas Glejser**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	2.187	5.903		.371	.714
Harga (X1)	.409	.215	.365	1.903	.068
Kualitas Pelayanan (X2)	.518	.237	.420	2.187	.058

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel diatas tingkat signifikan untuk dua model regresi variabel harga (X1) 0.068 dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.058 bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik *scatteplots* diatas, model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas, karena grafik *scatteplots* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

**g. Uji Analisis Regresi Berganda**

**Uji Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	2.187
Harga	0.409
Kualitas Pelayanan	0.518

$$Y: 2.187 + 0.409 X1 + 0.518 X2$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 2.187 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel nilai X1 dan X2 maka kepuasan pelanggan sebesar 2.187
- b. Nilai koefisien harga X1 adalah 0.409, artinya jika variabel harga (X1) meningkat 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0.409 Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berdampak positif bagi kepuasan pelanggan
- c. Nilai koefisien kualitas pelayanan X2 0.518, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X2) meningkat 1% maka kepuasan pelanggan pada jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) meningkat sebesar 0.518 menunjukkan hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

**h. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

*Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 <sup>a</sup>	.533	.498	2.880

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Diketahui Nilai R square sebesar 0.533 atau 53.3% jadi besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.533 (53.3%) pada variabel harga (X1) dengan kualitas pelayanan (X2). Sedangkan sisanya 46.7% disebabkan oleh faktor lain diluar variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

**i. Uji Hipotesis**

**Uji T (Parsial)**

Pada dasarnya, uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisiensi regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 5% ( $\alpha=0.05$ ) digunakan untuk membuat keputusan ini. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji T dengan membandingkan dengan nilai T hitung dengan T tabel

**Uji T**

Model	t	Sig.
Harga	2.903	0.048
Kualitas Pelayanan	2.187	0.038

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Diketahui berdasarkan tabel diatas, berikut penjelasan dari kolom t dan dan sig:

**Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (H1)**

Variabel harga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi muatan kapal laut (EMKL). Hal ini terlihat dari signifikan harga (X1)  $0.048 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2.903 > t$  tabel 2.052 Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel

**Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H2)**

Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi muatan kapal laut (EMKL). Hal ini terlihat dari signifikan harga (X2)  $0.038 < 0.05$ , dan nilai t hitung  $2.187 > t$  tabel 2.05. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel

## 2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan bersama-sama terhadap variabel dependen

### Uji F

Model	F	Sig.
Regression	15.402	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai F hitung sebesar 15.402 dengan nilai F tabel adalah 3.34 sehingga nilai F hitung > F tabel atau  $15.402 > 3.34$  dan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$  maka H3 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi muatan kapal laut (EMKL)

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) di PT. Multimodatrans Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi atau kuatnya faktor harga yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) di PT. Multimodatrans Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi atau kuatnya faktor kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan
3. Terdapat pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) di PT. Multimodatrans Indonesia

### 5.2 Saran

Menurut simpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat saran yang akan diberikan pada penelitian ini yaitu:

Bagi Peneliti berikutnya

Peneliti berikutnya agar dapat menggunakan variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

Bagi Perusahaan

Perusahaan bisa meningkatkan lagi kepuasan pelanggannya, untuk mempertahankan para pegawai yang ahli dibidang exim cukup baik karena bisa memberikan kepuasan pelanggan dengan skor tertinggi saat ini

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agtovia, F., & Suratradi, P. (2017). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Khusus-THT Bedah Kepala Leher Proklamasi Jakarta Pusat*.
- [2] Agtovia Frimayasa, Setiyo Purwanto, D. H. P. (2023). *Statistik Berbasis Komputer*. OMER PUSTAKA.
- [3] Angger. 2020. *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. edited by M. Lettucia. Kapanjen: AE PUBLISHING.
- [4] Ariyanto. 2023. *Manajemen Pemasaran*.
- [5] Bunyamin. 2021. *Manajemen Pemasaran*.
- [6] Eni. 2020. "Optimalisasi Proses Customs Clearance Pada Pt. Cahaya Moda Indonesia Guna Kelancaran Pengeluaran Barang Impor Skripsi." 28–29.
- [7] Farida. 2018. "Pengaruh Metode PBL."
- [8] Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang.
- [9] Grace. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. edited by D. A. Putri. Tangerang: Pascal Books.
- [10] Indrasari. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

- [11] Ismail. 2020. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revi. edited by Alfabeta. Bandung.
- [12] Ismail. 2022. *Pengantar Manajemen*. edited by M. M. Harini Fajar Ningrum.
- [13] Moray. 2018. “Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing.” *Jurnal EMBA* 2(2):1272–83.
- [14] Priadana. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- [15] Rubiyanto. 2021. “Pengelolaan Custom Clearance Impor Melalui Perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan Pt. Mitra Segara Cargo Semarang.” *3rd National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies* 3(1):200–206.
- [17] Safria. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.” 8:148–58.
- [18] Solikha. 2020. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. GO-JEK).”
- [19] Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung.