



Pengaruh Kualitas *E-Ticketing* terhadap Kepuasan Konsumen PT ASDP Cabang Ketapang Banyuwangi

Efan Dwi Nugraha¹, Indah Ayu Johanda Putri², Akhmad Kasan Gupron³
^{1,2,3}Politeknik Pelayaran Surabaya, Indonesia

Abstract. *The purpose of this research is to find out whether the quality of e-ticketing can provide satisfaction to consumers, what is consumer satisfaction with the services provided by e-ticketing, and to find out the effect of e-ticketing quality on consumer satisfaction at PT ASDP Ketapang Branch. The population of this study is all passengers who purchased tickets online at PT ASDP Ketapang branch, the sample used was 30 people. The data analysis techniques used are quantitative descriptive analysis techniques, simple linear regression analysis, classical assumption tests, hypothesis tests and coefficient of determination tests (R²). Based on the research results, it can be seen that the quality of e-ticketing can provide satisfaction to consumers or passengers who use ship services belonging to PT ASDP ketapang branch Banyuwangi, apart from that consumers/passengers are satisfied with the services provided by PT ASDP Ketapang branch Banyuwangi related to the existence of e-ticketing. ticketing or purchasing tickets online. Based on the calculation results, it is known that R square has a value of 0.667 or 66%. This shows the magnitude of the positive influence of E-Ticketing Quality on PT ASDP Ketapang branch , Banyuwangi (Y) is 66%, the remaining 34% is the influence of other factors.*

Keywords: *E-ticketing, E-ticketing Quality, Consumer Satisfaction, Ferizy application.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas *e-ticketing* dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, Bagaimanakah kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh *e-ticketing*, serta untuk mengetahui pengaruh dari kualitas *e-ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang. Jumlah populasi penelitian ini adalah seluruh penumpang yang melakukan pembelian tiket *online* di PT ASDP Cabang Ketapang , dengan pengambilan sampel yang digunakan yaitu sebesar 30 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R²). Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh hasil bahwa kualitas *e-ticketing* dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau penumpang yang menggunakan jasa kapal milik PT ASDP Cabang Ketapang banyuwangi, selain itu konsumen/penumpang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh PT ASDP Cabang Ketapang banyuwangi terkait dengan adanya *e-ticketing* atau pembelian tiket secara *online*. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa R square memiliki nilai sebesar 0,667 atau 66 %. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari Kualitas *E-Ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang, banyuwangi (Y) yaitu sebesar 66 % sisanya 34 % merupakan pengaruh faktor lain.

Kata Kunci: *E-ticketing, Kualitas E-ticketing, Kepuasan Konsumen, Aplikasi Ferizy.*

1. PENDAHULUAN

Transportasi menjadi bagian yang sangat penting sebagai sarana untuk memudahkan manusia dalam melakukan kegiatannya seperti berpindah tempat atau mungkin mengirim barang dan dengan adanya penerapan teknologi dalam aspek transportasi menjadi solusi terbaik dalam menangani kegiatan operasional di lapangan sehingga lebih efisien dan efektif, transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat dari konsumen untuk menggunakan produk atau jasanya yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Pada dasarnya tujuan terpenting dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan konsumen akan tercapai maksimal apabila kualitas dari produk atau

jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Transportasi laut di Indonesia sangat penting sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang dua pertiga bagian dari keseluruhan wilayahnya merupakan perairan. Seluruh wilayah Indonesia juga berlimpah dengan potensi sumber daya alam baik sektor perikanan, pertanian, kehutanan dan pertambangan. Dengan lebih dari 17.500 pulau, total garis pantai lebih dari 80.000 kilometer maka peranan transportasi laut khususnya angkutan penyeberangan bagi Indonesia sangat strategis dan vital. Angkutan penyeberangan dan pelabuhan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan antara dua pulau yang relatif berdekatan. Perannya membuka aksesibilitas antar pulau dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran.

Pelabuhan merupakan terminal dengan berbagai kegiatan-kegiatan subsistem angkutan laut seperti bongkar dan muat barang, naik dan turunnya penumpang serta tempat berlabuh dan bersandarnya kapal. Pelabuhan Ketapang terletak di Ketapang kabupaten Banyuwangi yang melayani jasa kapal penyeberangan penumpang, barang dan kendaraan. Pelabuhan Ketapang merupakan tempat penyeberangan dengan moda transportasi laut antara Ketapang dan Gilimanuk Bali, dimana Bali adalah provinsi dengan tingkat jumlah wisatawan yang angkanya sangat tinggi dan menggunakan sarana transportasi laut terbanyak dibandingkan transportasi udara dan kereta api.

Pelabuhan Ketapang adalah sebuah pelabuhan *Ferry* di desa Ketapang, kecamatan Kalipuro, Banyuwangi yang menghubungkan pulau Jawa dengan pulau Bali via perhubungan laut (Selat Bali). Pelabuhan dapat dicapai dengan melewati jalan Gatot Subroto. Pelabuhan Ketapang berada dalam naungan dan pengelolaan dari PT ASDP Indonesia *Ferry*. Pelabuhan ini dipilih para wisatawan yang ingin menuju ke Pulau Bali menggunakan jalur darat. Setiap harinya, ratusan perjalanan kapal *Ferry* melayani arus penumpang dan kendaraan dari dan ke pulau Bali melalui Pelabuhan Gilimanuk di Bali. Dengan kenaikan arus wisatawan yang semakin meningkat pesat dan bertambahnya jumlah penumpang yang sangat tinggi di setiap tahunnya, maka dari itu untuk mendorong PT ASDP agar memberikan pelayanan jasa yang efisien dan memerlukan strategi yang tepat sasaran untuk terwujudnya kepuasan dari para penumpang / pengguna jasa kapal *Ferry* yang akan menyebrang ke Pulau Bali.

Digitalisasi dalam pelayanan menjadi salah satu strategi yang dilakukan PT ASDP dalam rangka merubah *culture* pengguna jasa penyeberangan untuk melakukan reservasi dan pembelian tiket secara *online* hal tersebut dimaksudkan agar seluruh masyarakat merasa nyaman saat menggunakan jasa transportasi publik, sebagai perusahaan penyedia jasa, salah

satu caranya adalah dengan memberikan kemudahan dalam proses pembelian tiket, sehingga pelayanan ini dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam hal ini penumpang. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus kepada konsumen atau penumpang. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen atau penumpang maka diperlukan adanya penelitian.

Kepuasan adalah gagasan emosional yang dapat mempengaruhi penilaian dari jasa yang disediakan. Pelanggan dikatakan puas apabila jasa yang dirasakan melebihi apa yang diharapkan. Sementara ketidakpuasan terjadi apabila pelanggan merasa jasa yang dirasakan kurang dari apa yang mereka harapkan. Dalam bisnis transportasi elemen yang paling penting adalah kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang.

Sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi laut PT ASDP Indonesia *ferry* (persero) menjadikan teknologi sebagai sarana memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya dalam hal ini PT ASDP menerapkan sistem *e-ticketing* untuk pembelian tiket calon penumpang. Penerapan ini akan memudahkan pelanggan yang akan menggunakan jasa transportasi menjadi nyaman, kenyamanan pelanggan merupakan bagian penting dalam bisnis, salah satu yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan adalah memberikan kenyamanan sehingga pelanggan puas dengan pelayanan dari perusahaan, bagi perusahaan dengan pelayanan yang diberikan perusahaan ke pelanggan akan berdampak pada penggunaan kembali jasa oleh pelanggan dan akan meningkatkan penjualan produk/jasa perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya menurut Tjiptono (2018). Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum.

Menurut Kotler & Armstrong (2018) bahwa kepuasan konsumen atau (*customer satisfaction*) merupakan salah satu pendorong utama yang dapat menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian kepuasan pelanggan ini juga berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan yang dapat memberikan banyak nilai baik bagi konsumen maupun perusahaan sendiri.

Factor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik produk atau jasa
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan produk atau jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan) yakni kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan produk atau jasa dengan cepat atau tanggap.
- d. *Empathy* (empati), berupa syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

E-Ticketing

Menurut Blenz (2018) *E-Ticketing* atau *Electronic Ticketing* adalah sebuah metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer.

E-Ticketing adalah tiket yang wujudnya berbentuk elektronik. Jika beberapa tahun silam tiket masih berwujud buku dan dapat dilihat bentuk fisiknya, namun yang menjadi tren saat ini adalah tiket yang berwujud elektronik. *E-Ticketing* berisi data rincian perjalanan anda. Yang tercantum di dalam *e-ticketing* biasanya adalah nama penumpang, rute perjalanan, waktu penyebrangan, nomer penyebrangan, dan harga tiket.

E-Ticketing atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*. Semua informasi mengenai *electronic ticketing* disimpan secara digital dalam sistem komputer milik ASDP. Sebagai bukti pengeluaran *e-ticketing*, pelanggan akan diberikan *Itinerary Receipt* yang hanya berlaku sebagai alat untuk masuk ke dalam pelabuhan di Indonesia yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakan dengan

variabel dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada saat penulis melaksanakan praktek darat di PT ASDP Cabang Ketapang sebagai team operasional yang berfokus di lapangan pelabuhan Ketapang Banyuwangi. Dan Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu 1 (satu) tahun yaitu dari bulan Juni 2022 hingga Juni 2023. Kegiatan praktek darat ini dilakukan penulis untuk mengumpulkan data seperti Observasi, Dokumentasi, Daftar Pernyataan (Kuesioner) dan Subjek Penelitian. Selanjutnya akan dilanjutkan untuk menganalisa sampai bulan Juli 2024.

Populasi dan Sampel

Dalam metode penelitian ini ditentukan populasi dan sampel yang akan membantu peneliti untuk mempersempit variabel dan mempermudah dalam pelaksanaan penelitian.

1) Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Suatu penelitian dibutuhkan populasi karena memiliki peranan yang begitu penting, jadi berdasarkan dari definisi yang tertera maka dapat disimpulkan, populasi merupakan kumpulan dari individu yang memiliki karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan cara yang disesuaikan oleh peneliti untuk di pelajari dan mengambil kesimpulan terhadap penelitian.

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa angkutan penyeberangan PT ASDP Indonesia *Ferry* cabang Ketapang Banyuwangi yang menggunakan sistem pembelian tiket secara *online* atau layanan aplikasi *ferizy*.

2) Sampel

Sampel merupakan elemen populasi yang dipilih untuk mewakili populasi dalam penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari, semua

yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, di mana peneliti tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:84). Salah satu metode yang termasuk dalam *non probability sampling* adalah *Purposive Sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/penumpang yang melakukan pembelian tiket secara *online* di PT ASDP Cabang Ketapang, Banyuwangi. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono, (2018:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dengan dasar teori tersebut peneliti mengambil sampel sebanyak 30 sampel atau responden.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT ASDP Indonesia *Ferry* atau ASDP adalah BUMN yang bergerak dalam bisnis jasa penyeberangan dan pelabuhan terintegrasi dan tujuan wisata *waterfront*. ASDP menjalankan armada *ferry* sebanyak lebih dari 226 unit kapal yang melayani 307 lintasan dan 36 pelabuhan di seluruh Indonesia. Di bawah ini adalah gambaran umum tentang PT ASDP Indonesia *Ferry*:

1) Layanan dan Aktifitas

- a. Jasa kepelabuhan dapat meliputi pelayanan jasa terminal, dermaga dan fasilitas lainnya, penyediaan dan atau pelayanan pengisian bahan bakar dan air bersih, penyediaan dan/atau pelayanan fasilitas naik turun penumpang dan kendaraan, penyediaan dan/atau pelayanan jasa penundaan kapal (tug boat) dan sebagainya.
- b. Sampai dengan Tahun 2015, PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) menyediakan layanan penyeberangan di 307 lintasan yang dilayani 226 kapal (komersial dan perintis). Jalinan lintasan ini merangkai pulau-pulau dari Sabang sampai Merauke dan dari Talaud di Utara hingga Rote di bagian selatan.
- c. Selain kegiatan usaha utama, PT ASDP melakukan kegiatan usaha dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki untuk properti, periklanan, pergudangan, perkantoran, fasilitas pariwisata, penyewaan dan pengusahaan sarana dan prasarana yang terkait dengan angkutan sungai, danau dan penyeberangan.

2) Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

a. Visi

Menciptakan dan mengoptimalkan nilai perusahaan dengan menghubungkan masyarakat dan pasar.

b. Misi

- 1) Menciptakan dan mengoptimalkan nilai perusahaan dengan menghubungkan masyarakat dan pasar.
- 2) Menekankan keunggulan operasional melalui:
 - a) Budaya Pelayanan yang profesional dan berkualitas
 - b) Fasilitas pelabuhan terintegrasi, armada dan infrastruktur yang handal
 - c) Penerapan teknologi berbasis nilai
- 3) Aktif mendukung dan berperan dalam pengembangan ekonomi melalui layanan logistik dan tujuan wisata pilihan.
- 4) Secara konsisten mengedepankan keselamatan dan layanan penuh keramahan, tulus dan berkualitas.
- 5) Penerapan standar lingkungan berkelanjutan.

c. Nilai

- 1) Peduli memahami dan tanggap terhadap kebutuhan *stakeholder* dan lingkungan, termasuk mengantisipasi dinamika bisnis, berperilaku gesit, ramah, sopan serta lugas dalam pelayanan.
- 2) Handal kesuksesan jangka panjang lebih penting daripada keuntungan jangka pendek, selalu berusaha mencapai keunggulan dalam berbagai aspek kinerja perusahaan dengan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.
- 3) Tepercaya komitmen penuh terhadap pengelolaan perusahaan yang mencerminkan konsistensi antara prinsip dan perilaku, dan dengan motto "We Bridge The Nation" atau "Bangga Menyatukan Nusantara", insan ASDP senantiasa bekerja keras dan cerdas, menjaga komitmen dan kebanggaan untuk melayani kepentingan pengguna jasa sekaligus kepentingan negara.

Hasil Penelitian

1) Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jumlah sampel (n) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30, maka besarnya *degree of freedom* (df) yaitu $30 - 2 = 28$, dengan taraf signifikansi 5%. sehingga berdasarkan R tabel produk moment didapatkan r tabel sebesar 0.361.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

No item	Corrected Item Total Correlation (rhitung)	rtabel	Validitas
item 1	0,541	0,361	VALID
item 2	0,675	0,361	VALID
item 3	0,601	0,361	VALID
item 4	0,481	0,361	VALID
item 5	0,560	0,361	VALID
item 6	0,610	0,361	VALID
item 7	0,501	0,361	VALID
item 8	0,508	0,361	VALID

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil olah data melalui SPSS di atas, di dapat r tabel sebesar 0,361 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0.05$. Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Hasil olah data yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Kualitas *E-Ticketing* (X) adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No item	Corrected Item Total Correlation (rhitung)	rtabel	Validitas
item 1	0,726	0,361	VALID
item 2	0,574	0,361	VALID
item 3	0,465	0,361	VALID
item 4	0,540	0,361	VALID
item 5	0,613	0,361	VALID
item 6	0,544	0,361	VALID
item 7	0,471	0,361	VALID
item 8	0,545	0,361	VALID

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil olah data melalui SPSS diatas, di dapat r tabel sebesar 0,361 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0.05$. Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil olah data yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas, digunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menguji apakah setiap butir pertanyaan *reliable* dengan batasan nilai 0,6. Menurut Sekaran (1992), nilai di bawah 0,6 dianggap kurang baik, nilai 0,7 dianggap wajar, dan nilai di atas 0,8 dianggap baik. Pengujian Dasar Asumsi.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.661	8

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* yaitu sebesar $0,661 > 0,60$, maka variabel X yaitu Kualitas *E-Ticketing* dapat dikatakan *reliable*.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	8

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* yaitu sebesar $0,671 > 0,60$, maka variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dikatakan *reliable*.

2) Uji Asumsi Klasik

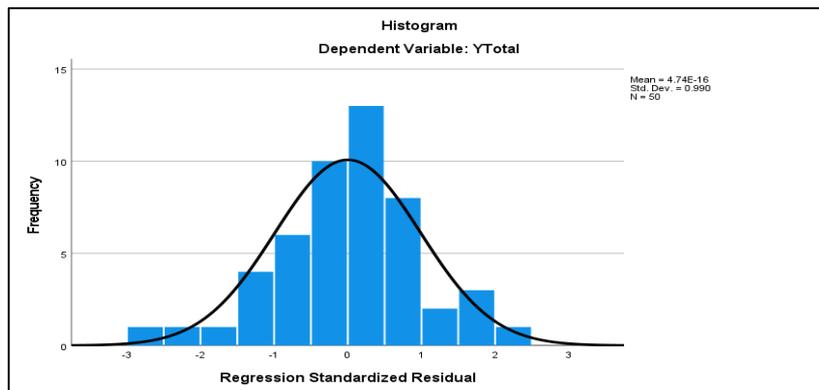
Dalam pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Hal ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Standardized Residual	
N		50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.98974332	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.069	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.464	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.451
		Upper Bound	.476

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* diketahui nilai signifikansi yaitu $0.200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan atau data terdistribusi normal.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas Data

Pada Gambar histogram diatas dapat disimpulkan bahwa kurva membentuk lonceng yang seimbang sehingga menunjukkan data terdistribusi secara normal.

3) Analisis Data

a. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas *E-Ticketing* (X) terhadap variable terikat yaitu variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.756	3.135		4.069	.000
	XTotal	.631	.102	.667	6.210	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan peneliti pada SPSS versi 27.00 diperoleh a (harga konstan) sebesar 12,756 dan b sebesar 0,631. Bentuk dari persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X$$

$$\hat{Y} = 12,756 + 0,631X$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variabel X yaitu Kualitas *E-Ticketing* terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah searah (positif), hal tersebut ditunjukkan pada koefisien regresi atau nilai b dalam persamaan regresi tersebut yang menunjukkan angka positif yaitu sebesar 0,631 yang berarti bahwa setiap kenaikan dalam kualitas *E-Ticketing* 1 satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,631 satuan. Demikian sebaliknya, jika kualitas *E-Ticketing* mengalami penurunan 1 satuan maka kepuasan konsumen akan cenderung mengalami penurunan sebesar 0,631. Nilai koefisien a (*intercept*) adalah sebesar 12,756 yang mempunyai arti jika tidak terdapat Kualitas *E-Ticketing* atau (X=0), diperkirakan Kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 12,756 satuan.

b. Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koeficient Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 ^a	.667	.434	2.28838

Sumber: Olah Data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa R square memiliki nilai sebesar 0,667 atau 66 %. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari Kualitas *E-Ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang (Y) sisanya 34 % merupakan pengaruh faktor lain.

4) Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Peneliti melakukan uji t yang berkaitan dengan masing- masing variabel yang dimana variabel (X) memberikan pengaruh terhadap variabel (Y).

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.756	3.135		4.069	.000
	Kualitas <i>E-Ticketing</i> (X)	.631	.102	.667	6.210	.000

Sumber: Pengolahan Data Kuisisioner (2024)

Hasil dari t_{tabel} :

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = n - k)$$

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = 30 - 2)$$

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = 28)$$

$$t_{tabel} = 1.701$$

Dari hasil uji di atas menggunakan SPSS dapat disimpulkan pada variabel Kualitas *E-Ticketing* dimana diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.210 > t$ tabel 1.701. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X yaitu Kualitas *E-Ticketing* terhadap kepuasan konsumen (Y) PT ASDP Cabang Ketapang.

Pembahasan

1. Bagaimana pengaruh dari kualitas *e-ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang?

Berdasarkan hasil olah data kuisioner yang telah dilakukan peneliti menggunakan aplikasi SPSS, di dapatkan bahwa Kualitas *E-Ticketing* (Y) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,631 dengan persamaan regresi X terhadap Y (sederhana) diperoleh nilai $\hat{Y} = 12,756 + 0,631X$. Dari persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dilihat bahwa setiap kenaikan dalam kualitas *E-Ticketing* 1 satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,631 satuan. Hipotesis pada penelitian ini menunjukkan besarnya nilai t hitung sebesar 6,210 lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 yang artinya Kualitas *E-Ticketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen/penumpang kapal di PT ASDP Cabang Ketapang, sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan indikator yang paling dominan merefleksikan adalah kemudahan yaitu Aplikasi *ferizy* sangat mudah untuk digunakan nilai rata-rata 4,43 dan indikator terendah yaitu aplikasi *ferizy* jarang mengalami gangguan atau eror dengan nilai rata rata 3,8, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *ferizy* masih sering terkendala eror atau mengalami gangguan. Nilai R square yang didapat dalam tahap olah data memiliki nilai sebesar 0,667 atau 66 %. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari Kualitas *E-Ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang (Y) yaitu sebesar 66 % sisanya 34 % merupakan pengaruh faktor lain.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan oleh peneliti. Adapun kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas *E-Ticketing* (Y) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,631 dengan persamaan regresi X terhadap Y (sederhana) diperoleh nilai $\hat{Y} = 12,756 + 0,631X$. Dari persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dilihat bahwa setiap kenaikan dalam kualitas *E-Ticketing* 1 satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,631 satuan. Hipotesis pada penelitian ini menunjukkan besarnya nilai t hitung sebesar 6,210 lebih besar dari t table sebesar 1,701 yang artinya Kualitas *E-Ticketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen/penumpang kapal di PT ASDP cabang Ketapang,

sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan indikator yang paling dominan merefleksikan adalah kemudahan yaitu Aplikasi ferizy sangat mudah untuk digunakan nilai rata-rata 4,43 dan indikator terendah yaitu aplikasi ferizy jarang mengalami gangguan atau eror dengan nilai rata rata 3,8, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi ferizy masih sering terkendala eror atau mengalami gangguan.

- 2) Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa R square memiliki nilai sebesar 0,667 atau 66 %. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari Kualitas *E-Ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT ASDP cabang Ketapang (Y) yaitu sebesar 66 % sisanya 34 % merupakan pengaruh faktor lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- 1) Olah data kuesioner penelitian menunjukkan bahwa indikator terendah yang dapat diidentifikasi yaitu aplikasi ferizy jarang mengalami gangguan atau eror dengan nilai rata rata 3,8, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi ferizy masih sering terkendala eror atau mengalami gangguan. oleh karena itu, pihak PT ASDP Cabang Ketapang dapat meningkatkan kualitas dan juga perbaikan untuk memperbesar penyimpanan sistem aplikasi *e-ticketing* agar tidak terjadi gangguan atau *down server* ketika banyak konsumen yang mengakses aplikasi , sehingga dapat berdampak pada menurunnya kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan terkait dengan pembelian tiket secara *online*.

Menyediakan platform bagi konsumen untuk memberikan feedback dan menyampaikan keluhan terkait *e-ticketing*, sehingga PT ASDP dapat menanggapi keluhan dengan cepat dan memberikan solusi yang terbaik untuk konsumen sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan.

REFERENSI

- Akbar, R. S. U. (2024). Analisis data penelitian kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*.
- Andrie, P. (2018). Pengaruh penerapan e-ticketing terhadap loyalitas konsumen PT Garuda Indonesia.
- Ardeva, G. M. S. (2022). Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada. *Jurnal Penelitian Psikologi*.
- Artika, S. (2020). Pengaruh penerapan e-ticketing terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna jasa kereta.
- Efan, V. F. (2020). Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen (studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Hatari, H. S. S. (2019). Aplikasi pemesanan tiket kapal laut online berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika (J-Tifa)*.
- Krisdianti, D. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Pizza Hut Malang Town Square. Universitas Brawijaya.
- Mahida, M. &. (2019). Penilaian status keberlanjutan e-ticketing bus Trans Semarang mendukung kota pintar dengan pendekatan multidimensional scaling. *Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Margaretha, P., dkk. (2020). Pengaruh teknik e-ticketing terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap minat pembelian ulang.
- Miftahul, R. (2018). Sistem informasi pemesanan e-tiket kapal laut pada PT. Bandar Bakau Jaya.
- Nuranisa, O. (2021). Pengaruh penerapan e-ticketing terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Indonesia Ferry cabang Bakauheni Lampung.
- Putra, D. A. S. M. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian tiket online angkutan kereta api (studi pada stasiun Bandung). *E-Proceeding of Management*.
- Raihan, R. D. (2023). Penerapan e-ticketing QR code pada sistem boarding check-in Pelabuhan Tanjung Balai Karimun.