

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA ANGKUTAN PENYEBERANGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

<sup>1</sup>Jessica Amelia Rachman, <sup>2</sup>Juli Prastyorini, <sup>3</sup>Gugus Wijonarko, <sup>4</sup>Meyti Hanna Ester Kalangi  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya

E-mail: <sup>1</sup>[jessicairawan30@gmail.com](mailto:jessicairawan30@gmail.com), <sup>2</sup>[juli.prastyorini@stiamak.ac.id](mailto:juli.prastyorini@stiamak.ac.id)  
<sup>3</sup>[gugus.wijonarko@stiamak.ac.id](mailto:gugus.wijonarko@stiamak.ac.id), <sup>4</sup>[meytihanna@gmail.com](mailto:meytihanna@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan guna melihat : (1) Kualitas Pelayanan serta harga secara bersama-sama atas kepuasan, (2) pengaruh kualitas pelayanan serta harga atas kepuasan, (3) pengaruh kepuasan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan, (4) pengaruh harga terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan, (5) pengaruh kepuasan atas loyalitas pemakai jasa angkutan penyeberangan, (6) pengaruh kualitas pelayanan atas loyalitas pemakai jasa angkutan penyeberangan yang dimediasi kepuasan, (7) pengaruh harga terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan yang dimediasi kepuasan. Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian survei. Populasi di riset ini yakni pengguna jasa yang melangsungkan pembelian jasa penyeberangan jarak jauh (*Long Distance Ferry*) PT Jembatan Nusantara lintas Balikpapan dan Pare-pare. Teknik pengambilan sampel dipergunakan di riset ini yakni *purposive sampling* sejumlah 96 orang. Teknik pengumpulan data mempergunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online serta sudah melalui pengujian validitas serta reliabilitasnya. Teknik analisis data yang dipakai guna menemukan jawaban hipotesis riset ini yakni analisis jalur (*path*) melalui dukungan regresi linier berganda serta uji T. Temuan riset menunjukkan bahwasannya: (1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan memiliki hasil yang positif yakni sejumlah 0,345. Uji t statistik sejumlah  $3,031 > 1,96$  dengan demikian dianggap mempunyai pengaruh signifikan; (2) harga terhadap kepuasan memiliki hasil positif sebesar 0,473 dan signifikan dengan hasil  $4,247 > 1,96$ ; (3) kualitas pelayanan atas loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,291 dan signifikan dengan hasil  $1,999 > 1,96$ ; (4) harga terhadap loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,015 dan tidak signifikan dengan hasil  $0,126 < 1,96$ ; (5) kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,373 dan signifikan dengan hasil  $3,059 > 1,96$ ; (6) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa melalui kepuasan memiliki hasil positif 0,129 dan signifikan dengan hasil  $1,989 > 1,96$ ; (7) harga terhadap loyalitas pengguna jasa melalui kepuasan memiliki hasil positif 0,177 dan signifikan dengan hasil  $2,374 > 1,96$ .

**Kata kunci :** Harga, Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pengguna Jasa Angkutan Penyeberangan.

## Abstract

*This study has the aim to see: (1) Service quality and price together on satisfaction, (2) the effect of service quality and price on satisfaction, (3) the effect of satisfaction on the loyalty of users of ferry transportation services, (4) the effect of price on the loyalty of users of ferry transportation services, (5) the effect of satisfaction on the loyalty of users of ferry transportation services mediated by satisfaction, (6) the effect of service quality on the loyalty of users of ferry transportation services mediated by satisfaction, (7) the effect of price on the loyalty of users of ferry transportation services mediated by satisfaction. This research is classified as a type of survey research. The population in this research is service users who purchase long distance ferry services of PT Jembatan Nusantara across Balikpapan and Pare-pare. The sampling technique used in this research is purposive sampling of 96 people. The data collection technique utilizes a questionnaire distributed online and has gone through validity and reliability testing. The data analysis technique used to find answers to this research hypothesis is path analysis through multiple linear regression support and T test. The research findings show that: (1) service quality on satisfaction has a positive result of 0.345. The statistical t test is  $3.031 > 1.96$ , thus it is considered to have a significant influence; (2) price on satisfaction has a positive result of 0.473 and is significant with a result of  $4.247 > 1.96$ ; (3) service quality on service user loyalty has a positive result of 0.291 and is significant with a result of  $1.999 > 1.96$ ; (4) price to service user loyalty has a positive result of 0.015 and is not significant with a result of  $0.126 < 1.96$ ; (5) satisfaction with service user loyalty has a positive result of 0.373 and is significant with a result of  $3.059 > 1.96$ ; (6) service quality on service user loyalty through satisfaction has a positive result of 0.129 and significant with a result of  $1.989 > 1.96$ ; (7) price on service user loyalty through satisfaction has a positive result of 0.177 and significant with a result of  $2.374 > 1.96$ .*

**Keywords:** Price, Satisfaction, Service Quality, Loyalty of Crossing Transportation Service Users.

## I. PENDAHULUAN

Dikenal dengan suatu negara kepulauan, Indonesia mempunyai 17.000 lebih pulau dengan luas 5,8 km<sup>2</sup> atau 90.000 km<sup>2</sup> atau dua kali keliling bumi melintasi garis khatulistiwa. Operasi transportasi laut sangat diperlukan untuk pelayaran hal tersebut merupakan kegiatan yang sangat bernilai dalam perekonomian. Kapal dagang sering digunakan untuk mengangkut barang melalui air, berdasarkan pada "kapal" yang digunakan dalam beroperasi, dan pernah menjadi moda transportasi utama kapal atau perahu. Menurut Triatmodjo (2010), pelabuhan adalah suatu kawasan perairan yang terlindung dari gelombang yang merupakan tempat berdirinya sarana-sarana kelautan, termasuk dermaga tempat kapal-kapal dapat memuat dan membongkar barang.

Dalam pelabuhan angkutan jasa penyeberangan penumpang dan kendaraan termasuk kedalam golongan pelabuhan yang diusahakan, pelabuhan, tujuan pelabuhan ini adalah untuk menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk penanganan barang, pembongkaran, penjemputan dan penurunan penumpang serta kegiatan kapal lainnya yang memasuki pelabuhan. Fenomena dalam setiap perusahaan angkutan penyeberangan laut pasti memiliki pasang surut dalam pendapatan jumlah penumpang dan kendaraan cukup sulit bagi pengelola perusahaan untuk tetap beroperasi di bidang transportasi jarak jauh dengan jumlah penumpang yang banyak dan konstan. Operasi transportasi sangat diperlukan untuk menghubungkan antar pulau. Pelayaran merupakan kegiatan yang sangat bernilai dalam perekonomian (Widyawati et al., 2020)

*Service Quality* atau kualitas pelayanan menekankan pentingnya memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik perusahaan memberikan pelayanan biasa sampai pada kualitas luar biasa, sehingga pengguna jasa mendapatkan kenyamanan saat kapal beroperasi. Kualitas pelayanan merupakan bagian yang berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan pengguna jasa PT Jembatan Nusantara pasca melakukan penyeberangan. Saat ini persaingan antar kompetitor jasa penyeberangan sangat tinggi sehingga loyalitas sangat berpengaruh dan menjadi faktor dalam keberhasilan sebuah usaha atau bisnis transportasi laut di era modern. Di lain sisi, aspek tindakan loyalitas pengguna jasa yakni pembelian yang dilakukan kembali yang sebetulnya dari produk ataupun jasa, mencakup transaksi yang semakin tinggi dari produk ataupun jasa yang serupa ataupun pengganti produk yang lainnya dari perusahaan yang serupa, memberi rekomendasi perusahaan pada pihak lainnya serta memungkinkan pengguna jasa memiliki rencana berkepanjangan dalam menggunakan jasa dengan waktu yang lama (Kusuma & Chamariyah, 2023).

Kepuasan pelanggan yakni perasaan ataupun kekecewaan yang hadir ketika seseorang membandingkan tampilan ataupun hasil perjalanan yang dilakukan sesuai dengan harapannya. Mengacu (Umam & Sutanto, 2013) dalam penelitian Nurul Wahyuni.,dll menjelaskan bahwa kepuasan adalah sesuatu yang dirasakan oleh seseorang sesudah membandingkan antara kinerja serta pelayanan yang dilihat dan

diharapkan. Menjamin kepuasan kepada para pelanggan artinya sama dengan memberikan pelayanan yang baik, artinya nilai yang diberikan kepada pihak yang menggunakan jasa agar selalu merasa puas.

Mengacu (P. dan G. A. Kotler, 2006) Harga merupakan penjumlahan dari seluruh evaluasi yang telah dialami oleh konsumen. Jika sebuah perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya tanpa mengorbankan kualitas, maka perusahaan tersebut dapat menarik lebih banyak penumpang. Harga suatu barang atau jasa menentukan pasar (Tjiptono, 2015). Guna merealisasikan tujuan itu, masing-masing perusahaan harus berupaya dalam melakukan produksi serta menawarkan produk dan jasa yang diharapkan pelanggan beserta tawaran harga yang menarik.

Satria (2017) menunjukkan dalam penelitiannya bahwasannya harga serta mutu layanan memiliki pengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan juga loyalitas pelanggan. Bhagaskoro (2017) memperlihatkan bahwasannya mutu pelayanan serta harga mempunyai pengaruh yang signifikan atas loyalitas. Setiawan (2016) memperlihatkan bahwasannya kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan atas loyalitas konsumen. Winton et al. (2023) mengungkapkan hasil yang tidak sama: Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan atas loyalitas konsumen.

Peneliti (Aprileny et al., 2022), memberikan hasil bahwasannya mutu pelayanan mempunyai pengaruh atas kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan merupakan suatu nilai penting, maka perilaku konsumsi bagi individu untuk melindungi dan mengembangkan konsep diri melalui pembelian, kebersihan, kenyamanan, informasi dan jadwal keberangkatan yang tepat waktu akan memberikan hasil simbolis bagi perusahaan. Ditinjau oleh riset Manunggal et al., (2024), menunjukkan bahwasannya variabel kepuasan konsumen ada pengaruh positif serta signifikan atas kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwasannya lebih meningkatnya kualitas pelayanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dengan demikian mampu lebih meningkatkan kepuasan konsumen atas jasa pada perusahaan.

Mengacu pada penelitian Basuki (2022) kualitas pelayanan membuktikan adanya pengaruh atas loyalitas pelanggan dengan temuan riset terdahulu oleh Wibawa et al. (2014), sesuai terhadap riset yang membuktikan bahwasannya mutu pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas konsumen. Dalam riset yang dilaksanakan oleh (Gofur, 2019), memberikan hasil yang memperlihatkan bahwasannya kualitas pelayanan serta harga secara simultan mempunyai positif juga signifikan atas kepuasan pembeli. Porsi mutu pelayanan juga harga mempunyai pengaruh positif dan menguntungkan bagi konsumen. Penelitian Gea (2021) adanya pengaruh persepsi harga yang melalui mediasi kepuasan atas loyalitas dengan pembuktian terdapat koefisiensi mediasi positif dengan nilai signifikan. Adanya pengaruh kualitas pelayanan yang ditengahi oleh kepuasan atas loyalitas bernilai positif dengan nilai signifikan. Penelitian Wiguna & Padmanty (2023) kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan atas loyalitas. Temuan dari beberapa riset tersebut memperlihatkan bahwasannya masih ada inkonsistensi hasil

penelitian, sehingga diduga ada kepuasan dalam variabel mediasi memiliki hubungan antara kualitas pelayanan serta harga dan loyalitas.

PT Jembatan Nusantara merupakan perusahaan jasa angkutan penyeberangan penumpang serta transportasi yang diakuisisi oleh PT ASDP pada tahun 2022. PT Jembatan Nusantara adalah perusahaan pelayaran pendatang baru yang juga memiliki *Long Distance Ferry* (LDF), sejenis pelayaran yang menghubungkan rumah dan pulau lain. Mengacu Faisal Rachman sistem transportasi memegang peranan penting untuk mempercepat proses perjalanan transportasi digunakan sebagai kebutuhan hidup bagi setiap masyarakat. Maka sebab itu, menjadi tugas PT Jembatan Nusantara bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas pelayanan meski pendapatan tidak besar karena berkurangnya jumlah penumpang dan kendaraan *Long Distance Ferry* (LDF).

Kepuasan atau ketidakpuasan diungkapkan oleh pelanggan yang mengevaluasi ekspektasi mereka terhadap layanan atau hasil yang mereka terima. Begitu juga terhadap PT Jembatan Nusantara sebagai satu di antara perusahaan pelayaran juga berusaha memberikan kebahagiaan dan kepuasan pengguna jasanya, karena kepuasan merupakan satu di antara faktor terpenting dalam industri pelayaran dan kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan tersebut, penulis memiliki ketertarikan dalam melaksanakan riset yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Angkutan Penyeberangan; Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi”. Waktu melakukan penelitian dilakukan mulai bulan Maret-Juni 2024 yang bertempat di kantor cabang PT Jembatan Nusantara khususnya di cabang Balikpapan-Pare-pare lintasan kapal *Long Distance Ferry* (LDF) melakukan operasi.

Berdasarkan latar belakang diatas dengan demikian hipotesis atau prediksi yang sifatnya sementara dari persoalan penelitian, yaitu :

H1: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif juga signifikan atas kepuasan pengguna jasa angkutan penyeberangan

H2: Harga mempunyai pengaruh positif juga signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan penyeberangan

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan

H4: Harga berpengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan

H5: Kepuasan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan

H6: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan melalui kepuasan



H7: Harga mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan melalui kepuasa

## II. METODE PENELITIAN

Metode riset yang dipergunakan di riset ini yakni metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif, Mengacu Sugiyono, yakni teknik penelitian berlandaskan positivis yang melengkapai syarat untuk menjadi metode ilmiah sebab mempergunakan sejumlah prinsip ilmiah asli atau empiris serta objektif, terukur, logis, serta cermat (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dilangsungkan pada di Kantor Cabang PT Jembatan Nusantara yang berada di Balikpapan-Pare-pare pad bulan Maret-Juni 2024. Populasi pada penelitian ini merujuk pada semua individu yang menggunakan atau telah menggunakan jasa angkutan penyeberangan yang dimiliki oleh PT Jembatan Nusantara. Total keseluruhan populasi di riset ini tidak bisa dijumpai secara akurat berapa banyak, dengan demikian pada teknik pengambilan sampel penelitian akan menggunakan rumus Lemeshow. Berdasarkan hasil perhitungan ditemukan jumlah sampel sebanyak 97 responden.

Data di riset ini dihimpun dari angket atau kuesioner. Skala likert dipergunakan pada teknik analisis data di riset ini. Variabel di riset ini dipilah dalam beberapa jenis yang meliputi variabel independen, dependen, serta mediasi. Variabel independen di riset ini yakni kualitas pelayanan (X). Variabel dependen riset ini yakni loyalitas pelanggan (Y). Variabel mediasi di riset ini yakni kepuasan (Z). Data yang sudah didapatkan selanjutnya hendak diolah menggunakan uji validitas serta uji reliabilitas, setelah itu akan dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis *inner & outer* model, serta uji hipotesis.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 1. Uji Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
<b>Kepuasan</b>	0,551	0,541
<b>Loyalitas Pengguna Jasa</b>	0,377	0,356

Berlandaskan terhadap Tabel 1., dijumpai bahwasannya nilai R-Square untuk konstruk kepuasan sejumlah 0,551. Maknanya model itu mempunyai kadar *goodness-fit model* yang memadai. Hal demikian pun bermakna variabel kepuasan mampu dijabarkan oleh variabel pada model sejumlah 55,1%. Nilai R-Square untuk konstruk loyalitas pengguna jasa sejumlah 0,377. Bermakna model itu mempunyai tingkat *goodness-fit model* yang memadai. Hal demikian pun bermakna variabilitas loyalitas pengguna jasa mampu dijabarkan oleh variabel pada model sebesar 37,7%.

### Uji Signifikansi t

**Tabel 2.** Uji Signifikansi Pengaruh Secara Langsung

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
Harga -> Kepuasan	0,473	4,247	0,000
Harga -> Loyalitas Pengguna Jasa	0,015	0,126	0,900
Kepuasan -> Loyalitas Pengguna Jasa	0,373	3,059	0,002
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan	0,345	3,031	0,003
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Pengguna Jasa	0,291	1,999	0,046

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa Hipotesis Penelitian mampu ditemukan jawabannya yang meliputi:

1. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Berlandaskan terhadap Tabel 2, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variable kualitas pelayanan atas variable kepuasan ialah positif yakni sejumlah 0,345. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 3,031 > 1,96 (Ghozali, 2016). Dengan demikian mampu dianggap bahwasannya memiliki pengaruh signifikan. Makna, H1 di riset ini dianggap disetujui. Dengan demikian simpulan yang bisa diambil yakni kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif juga signifikan atas kepuasan.

2. Harga terhadap Kepuasan

Berlandaskan terhadap Tabel 2, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variabel harga atas variable kepuasan ialah positif yakni sejumlah 0,473. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 4,247 > 1,96 Ghozali (2016) dengan demikian mampu dianggap mempunyai pengaruh signifikan. Maka, H2 di riset ini dikatakan disetujui. Dengan demikian mampu diambil suatu simpulan bahwasannya harga punya pengaruh positif serta signifikan atas kepuasan.

3. Kualitas Pelayanan atas Loyalitas Pengguna Jasa

Berlandaskan terhadap Tabel 2, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variabel kualitas pelayanan atas variable loyalitas pengguna jasa ialah positif yakni sejumlah 0,291. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 1,999 > 1,96 (Ghozali, 2014) dengan demikian mampu dianggap memiliki pengaruh signifikan. Maka, H3 di riset ini dianggap disetujui. Dengan demikian mampu diambil simpulan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa.

4. Harga atas Loyalitas Pengguna Jasa

Berdasarkan Tabel 2, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variabel harga atas variable loyalitas pengguna jasa ialah positif yakni sejumlah 0,015. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 0,126 < 1,96 (Ghozali, 2014) dengan demikian mampu dianggap mempunyai pengaruh signifikan. Maka, H4 di riset ini dianggap ditolak. Dengan demikian mampu diambil suatu simpulan

bahwasannya harga mempunyai pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan atas loyalitas pengguna jasa.

5. Kepuasan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa

Berlandaskan terhadap Tabel 2, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variabel kepuasan atas variable loyalitas pengguna jasa ialah positif yakni sejumlah 0,373. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 3,059 > 1,96 (Ghozali, 2014) dengan demikian mampu dianggap mempunyai pengaruh signifikan. Maka, H5 di riset ini dianggap disetujui. Dengan demikian mampu diambil suatu simpulan bahwasannya kepuasan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa.

**Tabel 3.** Uji Signifikansi Pengaruh Secara Tidak Langsung

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
Harga -> Kepuasan -> Loyalitas Pengguna Jasa	0,177	2,374	<b>0,018</b>
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan -> Loyalitas Pengguna Jasa	0,129	1,989	<b>0,047</b>

Berlandaskan terhadap Tabel 3 dijumpai bahwasannya Hipotesis Penelitian mampu ditemukan jawaban yang meliputi :

1. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Melalui Kepuasan

Berdasarkan Tabel 3, dijumpai bahwasannya besaran *original sample estimate* variable kualitas pelayanan atas variable loyalitas pengguna jasa dengan variabel kepuasan ialah positif yakni sejumlah 0,129. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 1,989 > 1,96 (Ghozali, 2014) dengan demikian mampu dianggap mempunyai pengaruh signifikan. Maka, H6 di riset ini dianggap disetujui. Dengan demikian mampu diambil suatu simpulan bahwasannya kualitas pelayanan punya pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa melalui kepuasan.

2. Harga terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Melalui Kepuasan

Berdasarkan Tabel 3, dijumpai bahwasannya Nilai *original sample estimate* variabel harga atas variabel loyalitas pengguna jasa dengan variabel kepuasan ialah positif yakni sejumlah 0,177. Selanjutnya, dijumpai t statistik sejumlah 2,374 > 1,96 (Ghozali, 2014) dengan demikian mampu dianggap mempunyai pengaruh signifikan. Maka, H7 di riset ini dianggap disetujui. Dengan demikian mampu diambil suatu simpulan bahwasannya harga mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa dengan kepuasan.

**IV. PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berlandaskan terhadap temuan penelitian yang telah dilaksanakan dan diolah sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner, dan data-data yang diolah menggunakan Smart-PLS versi 3.2.9. Dengan demikian mampu diambil beberapa simpulan yang meliputi :

1. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas kepuasan
2. Harga mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas kepuasan
3. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa
4. Harga memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan
5. Kepuasan memiliki pengaruh positif juga signifikan atas loyalitas pengguna jasa
6. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan dengan kepuasan
7. Harga mempunyai pengaruh positif juga signifikan atas loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan dengan kepuasan

### **Saran**

Berlandaskan terhadap penarikan beberapa simpulan tersebut, dengan demikian bisa diajukan saran bagi peneliti selanjutnya, dapat meneliti lintas pendek penyeberangan (*Short Distance Ferry*) yang dimiliki oleh PT Jembatan Nusantara agar memperluas kajian dan mengembangkan kualitas pelayanan, harga, loyalitas agar pengguna jasa merasakan kepuasan yang dialami saat menggunakan jasa penyeberangan PT Jembatan Nusantara.