
FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI TIKET PADA PERUSAHAAN JASA KAPAL FERI DI KEPULAUAN RIAU

Alfen Dwi Putra
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
alfen.117221028@stu.untar.ac.id

Keni
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
keni@fe.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 06-12-2023, revisi: 04-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 07-01-2024

Abstract: This research aims to examine whether service quality, comfort, safety, and travel time can predict the purchasing decisions of ferry tickets from a customer engagement perspective for a shipping company in the Riau Islands. The study adopts a descriptive research design with a cross-sectional approach. Data collection involves distributing online questionnaires to 106 respondents. The data is analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that comfort and safety significantly and positively influence purchasing decisions. However, service quality and travel time do not predict purchasing decisions positively. Based on these findings, the researcher recommends that the management of the ferry company in the Riau Islands improves service quality and develops an effective travel time strategy to enhance customer satisfaction and foster a desire to re-experience the ferry transportation services in the Riau Islands.

Keywords: Service Quality, Comfort, Security, Travel Time, Purchase Decision

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas pelayanan, kenyamanan, keamanan, dan waktu perjalanan dapat memprediksi keputusan pembelian tiket kapal feri perusahaan kapal di Kepulauan Riau, baik secara langsung maupun tidak langsung dari sudut pandang keterlibatan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan *cross-sectional*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan jumlah sampel sebanyak 106 responden. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kenyamanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas pelayanan dan waktu perjalanan tidak dapat memprediksi keputusan pembelian secara positif. Dengan hasil yang diperoleh, peneliti berharap kepada manajemen perusahaan kapal di Kepulauan Riau dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan strategi waktu perjalanan yang tepat sehingga tercipta kepuasan dan keinginan untuk menikmati kembali layanan transportasi penyeberangan perusahaan kapal di Kepulauan Riau.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kenyamanan, Keamanan, Waktu Perjalanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepulauan Riau (Kepri) adalah wilayah yang terdiri dari banyak pulau, sehingga transportasi laut menjadi salah satu transportasi utama di wilayah tersebut. Berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah untuk mendukung transportasi laut di Kepri, tetapi tingkat kecelakaan pada transportasi laut masih tergolong tinggi. Permasalahan tersebut tentunya menghambat keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi laut, sehingga

berdampak negatif terhadap produktivitas perusahaan jasa transportasi laut. Oleh sebab itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi laut menjadi diperlukan untuk mendukung produktivitas perusahaan tersebut. Penelitian ini akan mengkaji keputusan tersebut melalui keputusan pembelian tiket transportasi laut.

Menurut Rasyid dan Wagola (2021), keputusan dalam memilih transportasi laut dipengaruhi oleh jumlah armada, pelayanan, harga, waktu tempuh, keamanan, dan kinerja. Tutoq dan Syaifullah (2021) secara menyimpulkan bahwa fasilitas dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan transportasi laut. Selain faktor-faktor tersebut pada transportasi laut, Sugiyanto et al. (2021) yang meneliti pemilihan transportasi umum atau transportasi pribadi menunjukkan bahwa pemilihan moda transportasi dipengaruhi oleh keandalan, kenyamanan, kebersihan, aksesibilitas, dan biaya.

Salah satu perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau adalah perusahaan kapal di Kepulauan Riau. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan kapal di Kepulauan Riau harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tiket kapal feri. Dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih perusahaan kapal feri, perusahaan kapal di Kepulauan Riau dapat mengambil tindakan strategis untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka agar dapat bersaing dengan perusahaan kapal feri lainnya di Kepri. Penelitian ini ingin mengkaji faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian tiket transportasi laut. Faktor tersebut meliputi kualitas layanan, kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan pada hampir seluruh jenis produk dan jasa. Konsumen dapat melakukan penilaian terhadap kualitas layanan, kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh berdasarkan transportasi lain ataupun jasa transportasi laut yang satu dengan yang lain.

Kualitas layanan menunjukkan konsistensi perusahaan dalam melayani konsumen. Perusahaan jasa harus menyediakan layanan yang dapat menciptakan suasana yang kondusif dan harmonis karena dapat memotivasi konsumen untuk terus menggunakan layanan yang ditawarkan (Aswad et al., 2018). Semakin kondusif perjalanan melalui transportasi laut, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk memilih transportasi tersebut. Selanjutnya, kenyamanan dapat memengaruhi keputusan konsumen transportasi laut. Menurut Ruswinda et al. (2019), kenyamanan merupakan kondisi perasaan yang dipengaruhi oleh persepsi individu, dan tingkat kenyamanan dapat bervariasi antara individu satu dengan individu lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Septian A. (2013) menyimpulkan bahwa faktor kenyamanan berperan penting dalam keputusan pembelian tiket transportasi. Selain itu, konsumen juga akan lebih berminat menggunakan jasa transportasi laut jika merasa aman dengan keamanan yang disediakan. Konsumen dapat menilai faktor tersebut melalui perlindungan kepada konsumen pada saat menggunakan jasa yang telah disediakan sehingga memberikan rasa aman dan konsumen terhindar dari gangguan yang tidak diinginkan (Ali & Bharadwaj, 2010).

Terakhir, waktu tempuh juga dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan transportasi laut. Ketepatan waktu dalam transportasi berarti bahwa pelayanan dijalankan dengan kedisiplinan sesuai dengan jadwal keberangkatan. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk merencanakan perjalanan mereka dengan akurat. Untuk mengukur ketepatan waktu, dapat dilihat dari perbandingan jumlah pemberangkatan dan kedatangan yang tepat waktu dengan jumlah sarana transportasi yang beroperasi saat berangkat dan tiba (Nystrom, 2001). Penelitian ini penting untuk dilakukan karena penelitian mengenai perilaku konsumen dalam membeli tiket kapal feri pada perusahaan kapal di Kepulauan Riau belum banyak dilakukan. Padahal, dengan semakin banyaknya persaingan di sektor transportasi laut, perusahaan kapal feri harus memperhatikan kebutuhan dan preferensi konsumen dalam memilih transportasi laut.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan, kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh terhadap keputusan pembelian tiket kapal feri perusahaan kapal di Kepulauan Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Layanan dapat didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang tidak menghasilkan produk, tetapi memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui kenikmatan, hiburan, kenyamanan, dan kesehatan. Dalam hal ini, kualitas layanan mencerminkan konsistensi perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen dan menciptakan suasana yang kondusif dan harmonis (Aswad et al., 2018). Selain itu, menurut Kotler dan Armstrong (2018), kualitas layanan mencakup semua karakteristik layanan yang berpengaruh terhadap kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Lantang dan Keni (2022) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen, dan kemudian penilaian tersebut menjadi bahan evaluasi oleh produsen

Kenyamanan

Kenyamanan dapat diartikan sebagai perasaan pelanggan yang dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap lingkungan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan (Ruswinda et al., 2019). Sutanto dan Keni (2021) menyimpulkan bahwa kenyamanan adalah persepsi pelanggan mengenai upaya dan waktu yang dihabiskan untuk memperoleh layanan. Selain itu, Duarte et al. (2018) menyimpulkan bahwa *convenience* adalah waktu, biaya, dan upaya yang dilakukan oleh pelanggan untuk memperoleh barang atau jasa, dimana variabel tersebut berkaitan dengan kemampuan pelanggan untuk menghemat upaya dan waktu tersebut.

Keamanan

Menurut Friman et al. (2020), keamanan pada saat menggunakan jasa transportasi umum berarti pelanggan tidak merasakan ketakutan selama perjalanan. Sugiyanto et al. (2021) mendefinisikannya dengan mengacu pada Kamus Oxford, yaitu kondisi dimana pelanggan terbebas dari bahaya dan ancaman. Sementara itu, Kahar et al. (2019) berpendapat bahwa keamanan berhubungan dengan risiko yang dapat memengaruhi proses pembelian produk atau jasa. Risiko tersebut dapat bervariasi pada setiap individu ataupun berdasarkan produk atau jasa yang dikonsumsi.

Waktu Tempuh

Andri et al. (2017) berpendapat bahwa waktu tempuh atau waktu perjalanan adalah waktu yang diperlukan untuk menempuh jarak tertentu. Witjaksono et al. (2019) menyatakan bahwa waktu tempuh adalah waktu rata-rata yang diperlukan untuk menempuh jalan dengan panjang tertentu. Menurut Kim et al. (2021), waktu tempuh dapat diprediksi berdasarkan waktu yang diperlukan untuk menempuh rute yang sama pada perjalanan sebelumnya ataupun kondisi ombak di laut atau rute lainnya yang dilalui oleh kapal feri. Oleh sebab itu, semakin tepat waktu tempuh yang diperkirakan dengan kondisi yang sesungguhnya, semakin baik pelanggan akan memersepsikan waktu tempuh tersebut.

Kaitan antar Variabel

Kaitan Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian

Wijaya dan Keni (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi. Anggardini dan Ratnasari (2022) juga menyimpulkan hasil yang serupa, yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce*. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan

bahwa kualitas layanan yang baik akan memotivasi konsumen untuk membeli tiket kapal feri. Layanan tersebut dapat mencakup berbagai aspek selama perjalanan yang ditempuh dengan menggunakan kapal feri, seperti tempat duduk, ketepatan waktu, dan berbagai aspek layanan lainnya yang dirasakan oleh pelanggan ketika menggunakan jasa kapal feri. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kaitan Kenyamanan dan Keputusan Pembelian

Konsumen cenderung memilih transportasi yang memberikan kenyamanan selama perjalanan, seperti kenyamanan tempat duduk, ruang gerak yang cukup, fasilitas yang memadai, ketersediaan WiFi atau stopkontak, penyejuk udara yang baik, dan keselamatan penumpang. Konsumen yang merasa nyaman dengan berbagai faktor tersebut pada suatu transportasi umum akan cenderung menggunakan transportasi tersebut. Meskipun demikian, Rasidi dan Tiarawati (2021) menyimpulkan bahwa kenyamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut mengindikasikan bahwa setiap pelanggan dapat merasakan kenyamanan dengan alasan yang berbeda, yang tidak selalu disebabkan oleh layanan yang disediakan oleh perusahaan, sehingga pada akhirnya tidak memengaruhi keputusan pembelian. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Kenyamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kaitan Keamanan dan Keputusan Pembelian

Hafidloh dan Marlina (2021) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi ojek *online*. Septiani dan Suhermin (2022) yang meneliti pelanggan kereta api juga menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih layanan yang memberikan rasa aman dan perlindungan selama perjalanan. Oleh sebab itu, penyedia layanan transportasi umum perlu memperhatikan keamanan selama perjalanan supaya dapat diminati oleh konsumen. Reputasi keamanan yang baik dan sistem keamanan yang terpercaya merupakan beberapa faktor yang secara umum dipertimbangkan oleh konsumen. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

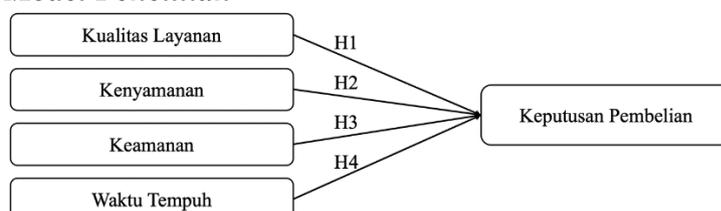
Kaitan Waktu Tempuh dan Keputusan Pembelian

Zhang et al. (2022) yang melakukan penelitian di Tiongkok menunjukkan bahwa waktu tempuh berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli tiket. Konsumen cenderung memilih transportasi yang menawarkan waktu tempuh yang lebih singkat dan dapat menghindari kemacetan lalu lintas. Mereka ingin mengoptimalkan penggunaan waktu dan menghindari stres yang disebabkan oleh kemacetan. Oleh sebab itu, penyedia layanan transportasi umum perlu memperhatikan efisiensi waktu perjalanan, mengoptimalkan jadwal, dan menawarkan alternatif rute untuk memenuhi kebutuhan konsumen terkait waktu tempuh. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Waktu tempuh berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Gambar 1

Model Penelitian



Sumber: Peneliti (2023)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Periode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, kenyamanan, keamanan dan waktu tempuh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023, dimana pengumpulan datanya dilakukan secara *cross-sectional*, yaitu hanya dilakukan sebanyak satu kali.

Sumber dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikirimkan melalui *e-mail* kepada pengguna kapal feri.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa kapal feri Oceanna Group. Selanjutnya, menurut Sugiyono (2021), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel dilakukan secara *non-probability sampling*, dengan teknik *convenience sampling* yang dilakukan terhadap responden yang mudah untuk dihubungi oleh peneliti. Selanjutnya, menurut Hair et al. (2010), jumlah sampel minimal 5 kali lipat dari jumlah indikator, sehingga jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 21 indikator dikalikan dengan 5, yaitu minimal sebanyak 105 responden.

Tabel 1
Demografis Responden

| Kategori Demografis | Sub Kategori | Jumlah | Persentase |
|---------------------|----------------------|--------|------------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 38 | 35.85% |
| | Perempuan | 68 | 64.15% |
| Usia | 18-25 | 70 | 66.04% |
| | 26-33 | 28 | 26.42% |
| | 34-40 | 8 | 7.55% |
| Pekerjaan | Pelajar/Mahasiswa | 21 | 19.81% |
| | Karyawan Swasta | 79 | 74.53% |
| | Wiraswasta | 4 | 3.77% |
| | Pengangguran | 1 | 0.94% |
| | Agen Asuransi | 1 | 0.94% |
| Pendidikan | SMA/SMK | 42 | 39.62% |
| | S1 | 56 | 52.83% |
| | S2 | 6 | 5.66% |
| | S3 | 2 | 1.89% |
| Tujuan Pelayanan | Wisata | 61 | 58.5% |
| | Pulang Kampung | 19 | 17.9% |
| | Mengunjungi Keluarga | 19 | 17.9% |
| | Perjalanan Dinas | 6 | 5.7% |

Sumber: Peneliti (2023)

Pengukuran Variabel Penelitian

Tabel 2
Pengukuran Variabel Penelitian

| Variabel | Kode | Indikator | Sumber |
|------------------|------|--|-------------------------------|
| Kualitas Layanan | KL1 | Kualitas pelayanan yang diberikan jasa ini baik. | Anggardini & Ratnasari (2022) |
| | KL2 | Perusahaan ini terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas. | |
| | KL3 | Perusahaan ini mengkomunikasikan pelayanan dengan baik. | |
| | KL4 | Perusahaan ini terus menunjukkan kualitas informasi yang baik. | |
| | KL5 | Perusahaan ini meningkatkan kepercayaan pengguna. | |

| | | | |
|---------------------|------|---|----------------------------|
| Kenyamanan | K1 | Perusahaan ini mudah diakses dalam pembelian tiket. | Djan & Adawiyah (2020) |
| | K2 | Perusahaan ini memberikan informasi yang mudah dimengerti. | |
| | K3 | Perusahaan ini memberikan kemudahan dalam transaksi pembelian tiket. | |
| | K4 | Perusahaan ini memudahkan konsumen dalam memilih produk layanan. | |
| | K5 | Perusahaan ini selalu melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen. | |
| Keamanan | KMN1 | Perusahaan ini mudah diakses dalam pembelian tiket. | Roni et al. (2020) |
| | KMN2 | Perusahaan ini memberikan informasi yang mudah dimengerti. | |
| | KMN3 | Perusahaan ini memberikan kemudahan dalam transaksi pembelian tiket. | |
| | KMN4 | Perusahaan ini memudahkan konsumen dalam memilih produk layanan. | |
| | KMN5 | Perusahaan ini selalu melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen. | Hafidloh & Marlana (2021) |
| Waktu Tempuh | WT1 | Jasa transportasi perusahaan ini tepat waktu. | Septiani & Suhermin (2022) |
| | WT2 | Perjalanan jasa transportasi perusahaan ini cepat. | |
| | WT3 | Waktu tempuh perusahaan ini efisien. | |
| Keputusan Pembelian | KP1 | Nama merek ini membuat saya memutuskan untuk menggunakan layanan merek ini. | Aliman & Keni (2023) |
| | KP2 | Manfaat merek ini membuat saya memutuskan untuk menggunakan layanan merek ini. | |
| | KP3 | Harga layanan merek ini membuat saya memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. | |

Sumber: Peneliti (2023)

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui *software* SmartPLS yang terdiri dari pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*. Pengujian *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas data, sementara pengujian *inner model* bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang dapat dilakukan melalui nilai koefisien determinasi (R^2) dan *goodness of fit index* (GoF).

Pengujian Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan uji-t untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian tersebut dilakukan dengan membandingkan *t*-hitung dengan *t*-tabel. Nilai signifikansi (α) yang digunakan sebesar 5%, sehingga nilai *t*-statistics yang diperlukan adalah lebih dari 1,96 dan *p*-value kurang dari 0,05 (Hair et al., 2014).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap indikator mampu menjelaskan variabel. Pengujian validitas berupa uji validitas konvergen (nilai Average Variance Extracted/AVE dan *loading factor*) dan validitas diskriminan (nilai HTMT).

Tabel 3

Hasil Uji AVE

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) |
|---------------------|----------------------------------|
| Kualitas Layanan | 0,812 |
| Kenyamanan | 0,739 |
| Keamanan | 0,816 |
| Waktu Tempuh | 0,831 |
| Keputusan Pembelian | 0,839 |

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 4
Hasil Uji Factor Loading

| Indikator | Kualitas Layanan | Kenyamanan | Keamanan | Waktu Tempuh | Keputusan Pembelian |
|-----------|------------------|------------|----------|--------------|---------------------|
| KL1 | 0,902 | | | | |
| KL2 | 0,894 | | | | |
| KL3 | 0,888 | | | | |
| KL4 | 0,918 | | | | |
| KL5 | 0,903 | | | | |
| K1 | | 0,845 | | | |
| K2 | | 0,870 | | | |
| K3 | | 0,857 | | | |
| K4 | | 0,849 | | | |
| K5 | | 0,877 | | | |
| KMN1 | | | 0,927 | | |
| KMN2 | | | 0,903 | | |
| KMN3 | | | 0,880 | | |
| KMN4 | | | 0,916 | | |
| KMN5 | | | 0,890 | | |
| KP1 | | | | 0,914 | |
| KP2 | | | | 0,934 | |
| KP3 | | | | 0,900 | |
| WT1 | | | | | 0,891 |
| WT2 | | | | | 0,905 |
| WT3 | | | | | 0,938 |

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 3, nilai AVE seluruh variabel lebih dari 0,5, sehingga seluruh variabel memenuhi kriteria uji AVE. Selain itu, Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *loading factor* setiap indikator lebih dari 0,7, sehingga seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2014). Selanjutnya, berdasarkan hasil pengujian HTMT pada Tabel 5, seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena nilai HTMT kurang dari 0,95. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator telah memenuhi kriteria, sehingga seluruh data dapat dinyatakan valid dan analisis data dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas.

Tabel 5
Hasil Uji HTMT

| Variabel | Kualitas Layanan | Kenyamanan | Keamanan | Waktu Tempuh | Keputusan Pembelian |
|---------------------|------------------|------------|----------|--------------|---------------------|
| Kualitas Layanan | | | | | |
| Kenyamanan | 0,804 | | | | |
| Keamanan | 0,763 | 0,888 | | | |
| Waktu Tempuh | 0,575 | 0,796 | 0,740 | | |
| Keputusan Pembelian | 0,657 | 0,781 | 0,780 | 0,608 | |

Sumber: Peneliti (2023)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel. Suatu indikator dapat dikatakan reliabel jika tanggapan yang diperoleh dari responden bersifat konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's alpha dan *composite reliability* yang ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

| Variabel | Cronbach's Alpha | Composite Reliability |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Kualitas Layanan | 0,942 | 0,949 |
| Kenyamanan | 0,912 | 0,923 |
| Keamanan | 0,943 | 0,945 |
| Waktu Tempuh | 0,899 | 0,917 |
| Keputusan Pembelian | 0,904 | 0,915 |

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 6, nilai Cronbach's alpha dan *composite reliability* lebih dari 0,7, sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel (Hair et al., 2014) dan seluruh data dapat dianalisis secara lebih lanjut untuk menjawab hipotesis penelitian.

Analisis Inner Model
Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Variabel | R ² | Keterangan |
|---------------------|----------------|------------|
| Keputusan Pembelian | 0,563 | Moderat |

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 7, nilai R² variabel keputusan pembelian memiliki nilai R² sebesar 0,563 yang berarti 56,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan 43,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil tersebut termasuk dalam kategori moderat karena bernilai lebih dari 0,33, tetapi kurang dari 0,67.

Uji Goodness of Fit Index (GoF)

Tabel 8
Hasil Uji Goodness of Fit Index (GoF)

| Variabel | AVE | R ² | (AVE x R ²) ^{.5} |
|---------------------|-------|----------------|---------------------------------------|
| Kualitas Layanan | 0,812 | - | 0,674 |
| Kenyamanan | 0,739 | - | |
| Keamanan | 0,816 | - | |
| Waktu Tempuh | 0,831 | - | |
| Keputusan Pembelian | 0,839 | 0.563 | |

Sumber: Peneliti (2023)

Penghitungan:

$$\text{Nilai Goodness of Fit Index (GoF)} = \sqrt{\text{AVE} \times \text{R}^2} = \sqrt{0,8074 \times 0,563} = 0,674$$

Berdasarkan Tabel 8, performa gabungan antara *outer model* dan *inner model* memiliki performa yang baik dan dapat dikatakan *valid*. Selain itu, variabel dependen menghasilkan nilai GoF > 0,36 dan termasuk dalam kategori GoF besar. Hasil pengujian hipotesis penelitian disajikan pada Tabel 9 berikut ini.

Tabel 9
Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Pengaruh antar Variabel | Path Coefficient | t-statistics | p-values | Kesimpulan |
|----------------|---|------------------|--------------|----------|----------------|
| H ₁ | Kualitas Layanan -> Keputusan Pembelian | 0,074 | 0,598 | 0,550 | Tidak didukung |

| | | | | | |
|----------------|-------------------------------------|-------|-------|-------|----------------|
| H ₂ | Kenyamanan -> Keputusan Pembelian | 0,361 | 2,798 | 0,005 | Didukung |
| H ₃ | Keamanan -> Keputusan Pembelian | 0,373 | 2,090 | 0,037 | Didukung |
| H ₄ | Waktu Tempuh -> Keputusan Pembelian | 0,002 | 0,015 | 0,988 | Tidak didukung |

Sumber: Peneliti (2023)

Pembahasan

Hipotesis 1 (H₁) ditolak, karena pada Tabel 9 menunjukkan bahwa *p*-value lebih dari 0,5 dan nilai *t*-statistics kurang dari 1,96, yaitu sebesar 0,550 dan 0,598, sehingga kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, nilai *path coefficient* sebesar 0,074, yang berarti kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut konsisten dengan studi Cahya et al. (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Hasil tersebut mengimplikasikan bahwa layanan yang disediakan oleh perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau bukan merupakan pertimbangan pelanggan untuk memilih jasa kapal feri yang ditawarkan. Pelanggan cenderung lebih berfokus pada hasil dari jasa tersebut, yaitu sampai di tujuan, sehingga berbagai bentuk layanan yang disediakan oleh perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk memilih perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau.

Hipotesis 2 (H₂) diterima, karena pada Tabel 9 menunjukkan bahwa *p*-value sebesar 0,005 dan nilai *t*-statistics sebesar 2,798, yang berarti kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, nilai *path coefficient* sebesar 0,361 yang berarti kenyamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Ruswinda et al. (2019) yang menyimpulkan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kenyamanan tersebut diberikan oleh kapal feri di Kepulauan Riau yang selalu memprioritaskan kebersihan lingkungan dan fasilitas kapal. Selanjutnya, kenyamanan tersebut menjadi sebuah pengalaman positif yang diingat oleh pelanggan ketika hendak menggunakan jasa kapal feri pada masa yang akan datang. Pelanggan akan mengingat rasa nyaman tersebut, sehingga pada akhirnya memilih untuk menggunakan jasa kapal feri di Kepulauan Riau.

Hipotesis 3 (H₃) diterima, karena pada Tabel 9 menunjukkan bahwa *p*-value sebesar 0,037 dan nilai *t*-statistics sebesar 2,090, yang berarti keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, nilai *path coefficient* sebesar 0,373 yang berarti keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Kahar et al. (2019), Hafidloh dan Marlina (2021), serta Septiani dan Suhermin (2022) yang menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keamanan tersebut dapat berhubungan dengan pelanggan lain di dalam kapal dan pengoperasian kapal tersebut, sehingga berdasarkan hasil analisis hipotesis 3, responden meyakini bahwa perusahaan kapal feri di Kepulauan Riau mengoperasikan kapal dengan baik dan mengawasi keamanan pelanggan. Keyakinan tersebut meningkatkan rasa aman pada pelanggan dan pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Hipotesis 4 (H₄) ditolak, karena pada Tabel 9 menunjukkan bahwa *p*-value sebesar 0,988 dan nilai *t*-statistics sebesar 0,015, yang berarti waktu tempuh tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, nilai *path coefficient* sebesar 0,002 yang berarti waktu tempuh berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. mengindikasikan bahwa pelanggan tidak mempertimbangkan waktu tempuh ketika memilih jasa kapal feri Oceanna Group. Kondisi tersebut karena walaupun terdapat beberapa perusahaan yang menyediakan jasa kapal feri, tetapi waktu yang diperlukan untuk menjangkau suatu lokasi akan serupa karena melewati rute yang sama, sehingga waktu tempuh tidak menjadi sebuah faktor yang penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hasil tersebut juga dapat dipengaruhi oleh

mayoritas responden yang menggunakan perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau untuk berwisata. Pada saat berwisata, pelanggan dapat melakukan berbagai aktivitas selama menggunakan jasa kapal feri, seperti istirahat sejenak, melihat pemandangan, ataupun mengabadikan pemandangan tersebut, sehingga waktu tempuh tidak dipertimbangkan oleh pelanggan ketika memilih jasa kapal feri yang ditawarkan oleh perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan kenyamanan dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan perusahaan kapal di Kepulauan Riau. Sedangkan kualitas layanan dan waktu tempuh tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan perusahaan kapal di Kepulauan Riau. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya hubungan antara kualitas layanan dan waktu tempuh dengan keputusan pembelian dalam meningkatkan pembelian pada tiket perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau. Pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini dapat membantu perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau dalam upaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan pengalaman waktu tempuh yang efektif dan efisien kepada pelanggan mereka.

Dalam hal saran, pertama, meskipun kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi perusahaan kapal di Kepulauan Riau dapat mencoba untuk mengumpulkan informasi mengenai kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Upaya tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan perusahaan kapal di Kepulauan Riau yang diharapkan dapat meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk memilih Perusahaan kapal di Kepulauan Riau.

Kedua, perusahaan kapal di Kepulauan Riau dapat mengoptimalkan kenyamanan pelanggan dengan memastikan bahwa fasilitas dan layanan di dalam kapal dapat memberikan rasa nyaman kepada pelanggan secara konsisten, sehingga pelanggan diharapkan akan memiliki kecenderungan yang tinggi untuk memilih perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau.

Ketiga, perusahaan kapal di Kepulauan Riau dapat mengoptimalkan keamanan jasa kapal feri dengan melakukan pemeriksaan secara rutin terhadap kapal dan peralatan keamanan. Perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau juga dapat mempersiapkan prosedur penanggulangan masalah keamanan, sehingga pelanggan mengetahui dan memahami apa yang harus dilakukan ketika permasalahan tersebut terjadi.

Keempat, penelitian ini menunjukkan bahwa waktu tempuh tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau dapat memprioritaskan waktu tempuh yang tidak jauh berbeda dengan rata-rata waktu tempuh yang diperlukan untuk mencapai suatu lokasi, sehingga pelanggan tidak akan merasa bahwa waktu tempuh perusahaan jasa kapal feri di Kepulauan Riau jauh lebih lama daripada penyedia jasa kapal feri di provinsi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S. S., & Bharadwaj, R. K. (2010). Factor analysis approach of decision making in Indian e-banking: A value adding consumer's perspective. *International Journal of Business Innovation and Research*, 4(4), 298–320. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2010.033349>
- Aliman, S. L., & Keni. (2023). Peran mediasi brand satisfaction terhadap faktor-faktor yang dapat memprediksi purchase decision. *Business Management Journal*, 19(1), 55–72. <https://doi.org/10.30813/bmj.v19i1.4063>
- Andri, Z., Marpaung, H. S., & Sebayang, M. (2017). Analisis waktu tempuh kendaraan bermotor dengan metode kendaraan bergerak (Studi kasus Jalan Pekanbaru - Bangkinang). *Jon FTEKNIK*, 4(2), 1–8. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFTEKNIK/article/view/16718>

- Anggardini, F., & Ratnasari, S. D. (2022). The effect of service quality and trust on online purchasing decisions at Shopee. *International Journal of Social Science and Human Research*, 5(9), 4021–4028. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i9-07>
- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77–85. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Djan, I., & Adawiyah, S. R. (2020). The effect of convenience and trust to purchase decision and its impact to customer satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 263–269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Duarte, P., Costa e Silva, S., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.007>
- Friman, M., Lättman, K., & Olsson, L. E. (2020). Public transport quality, safety, and perceived accessibility. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9), 3563. <https://doi.org/10.3390/SU12093563>
- Hafidloh, & Marlena, N. (2021). Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Gojek dimasa pandemi Covid-19 dengan kepercayaan sebagai intervening. *Akuntabel*, 18(2), 219–228. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i2.9672>
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The influence of perceived of usefulness, perceived ease of use, and perceived security on repurchase intention at Tokopedia.com. *Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*, 429–438. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>
- Kim, S., Yu, H., & Yeo, H. (2021). A study on travel time estimation of diverging traffic stream on highways based on timestamp data. *Journal of Advanced Transportation*, 2021, 8846634. <https://doi.org/10.1155/2021/8846634>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Lantang, L., & Keni. (2022). Pengaruh service quality dan customer experience terhadap loyalitas nasabah bank di Jakarta: Trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 231–236. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18645>
- Nystrom, H. (2001). *Ruang lingkup manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Rasidi, W. A. R., & Monika Tiarawati. (2021). The effect of convenience and trust on online purchasing decision (On Blibli platform). *Journal of Business and Management Review*, 2(8), 531–543. <https://doi.org/10.47153/jbmr28.1862021>
- Roni, S. M., Merga, M. K., & Morris, J. E. (2020). *Conducting quantitative research in education*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-9132-3>
- Ruswinda, E., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh faktor harga, keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu terhadap pembelian tiket kereta api ekonomi AC Penataran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar (Studi kasus pada penumpang kereta api ekonomi Penataran di Stasiun Kota Baru Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 8(7), 37–46. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/2273>

- Septian A, B. (2013). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian tiket kereta api Logawa kelas ekonomi AC pada Stasiun Jember* [Skripsi, Universitas Jember]. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/6675>
- Septiani, A. T., & Suhermin. (2022). Pengaruh harga, keamanan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian tiket kereta. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5013>
- Sugiyanto, Arnaya, I. W., Ryanto, S. S., & Surya, A. A. B. O. K. (2021). Analisa faktor pemilihan moda transportasi menggunakan metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.52920/jttl.v2i1.18>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Sutanto, F., & Keni. (2021). Pengaruh service quality, service convenience, dan perceived price and fairness terhadap loyalitas nasabah bank dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 129–134. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i2.11180>
- Tutoq, Y., & Syaifullah. (2021). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen kapal Pelni di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(3), 1–9. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2965
- Wijaya, H., & Keni. (2021). Pengaruh service quality, word of mouth, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian polis asuransi kendaraan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 518–523. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13303>
- Witjaksono, N. S., Waloejo, B. S., & Dadang Meru Utomo. (2019). Estimasi waktu tempuh perjalanan antarkota (Studi kasus: Ruas Jalan Waru–Mojokerto). *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 8(3), 217–224. <https://purejournal.ub.ac.id/index.php/pure/article/view/348%0Ahttps://purejournal.ub.ac.id/index.php/pure/article/download/348/280>
- Zhang, X., Lauber, L., Liu, H., Shi, J., Xie, M., & Pan, Y. (2022). Travel time prediction of urban public transportation based on detection of single routes. *PLoS ONE*, 17(1), e0262535. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262535>