

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Aplikasi Ferizy Penyeberangan Pototano-Kayangan

Tiara Anastasya Latuo¹, Hanifa Sri Nuryani²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa, Indonesia^{1,2}

*Email Korespodensi: hanifa.sri.nuryani@uts.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 02-09-2025
Disetujui 14-09-2025
Diterbitkan 16-09-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Service Quality, Ease of Use, and Price Perception on Customer Satisfaction in using the Ferizy application for the Poto Tano–Kayangan ferry crossing. The research employed a quantitative approach. A total sample of 126 respondents who use the Ferizy application was determined based on Hair’s formula, with the sampling technique using purposive sampling. Primary data were processed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), and the data analysis technique applied was multiple linear regression. The findings of this study reveal that: (1) Service Quality does not have a significant positive effect on Customer Satisfaction, (2) Ease of Use has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and (3) Price Perception has a positive and significant effect on Customer Satisfaction in using the Ferizy application for the Poto Tano–Kayangan ferry crossing.

Keywords: Service Quality, Ease of Use, Price Perception, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Aplikasi Ferizy Penyeberangan PotoTano-Kayangan. Dengan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 126 responden pengguna aplikasi Ferizy berdasarkan rumus Hair dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Pengolahan data primer menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diperoleh: (1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Ferizy Penyeberangan PotoTano-Kayangan.

Katakunci: Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

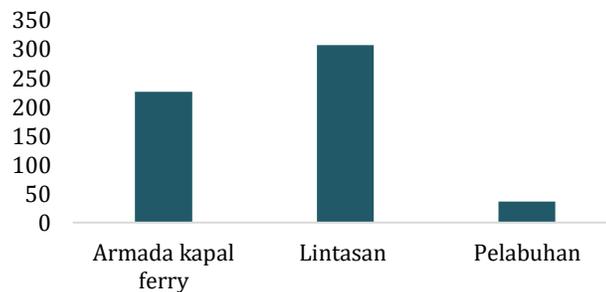
Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Latuo, T. A., & Nuryani, H. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Ferizy Penyeberangan Pototano-Kayangan. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5b), 3935-3947. <https://doi.org/10.63822/8amk6w24>

PENDAHULUAN

Transportasi adalah kebutuhan pokok bagi manusia yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan aktivitas sehari-hari. Saat ini, sektor transportasi, termasuk transportasi laut, sedang mengalami transformasi digital untuk meningkatkan kecepatan dan efisiensi. Hal ini menciptakan persaingan antar perusahaan, mendorong mereka untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. PT ASDP Indonesia Ferry (Persero), sebagai perusahaan BUMN yang mengelola jasa penyeberangan dan pelabuhan, berfokus pada layanan antar pulau yang menghubungkan wilayah kepulauan melalui kapal feri. Salah satu bentuk inovasi digital yang dilakukan oleh ASDP adalah meluncurkan aplikasi Ferizy, yang bertujuan untuk mempermudah proses pemesanan tiket feri secara daring bagi para penumpang.

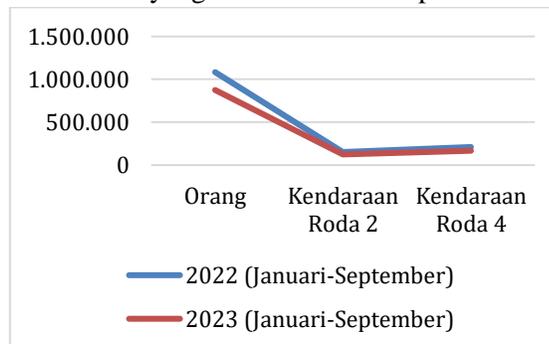
Lintasan Pelabuhan Kayangan di Lombok dan Pelabuhan Poto Tano di Sumbawa adalah salah satu rute penting yang dilayani oleh ASDP. Rute ini sangat ramai dengan volume penumpang yang tinggi, baik untuk kebutuhan pribadi, logistik, maupun pariwisata. Pada tahun 2022, jumlah penumpang yang menyeberang dari Pelabuhan Kayangan mencapai 1.083.576 orang, sementara dari Pelabuhan Poto Tano mencapai 1.056.973 orang. Sejak 11 Oktober 2023, ASDP telah menerapkan sistem reservasi tiket online melalui Ferizy di kedua pelabuhan ini untuk mengoptimalkan pelayanan.



Gambar 1. *Lintasan Kapal ASDP*

Sumber: asdp.id

Dengan adanya digitalisasi ini, diharapkan arus logistik dan mobilitas masyarakat menjadi lebih lancar dan calon penumpang terhindar dari masalah kehabisan tiket atau menunggu terlalu lama di pelabuhan. Anda dapat melihat gambaran lintasan kapal ASDP pada Gambar 1. dan diagram data penyeberangan penumpang di Pelabuhan Kayangan dan Poto Tano pada Gambar 2. dan Gambar 3.



Gambar 2. *Diagram Data Penyeberangan Penumpang Kapal Pelabuhan Kayangan*



Gambar 3. Diagram Data Penyeberangan Penumpang Kapal Pelabuhan PotoTano
Sumber: asdp.id

Kehadiran aplikasi Ferizy menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor penting. Kualitas layanan yang baik dapat membuat pengguna merasa puas dan cenderung menggunakan layanan kembali. Ferizy dirancang untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mempermudah pemesanan tiket. Jika layanan diberikan dengan cepat dan sesuai kebutuhan, kepuasan pengguna akan meningkat.

Selain kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan menjadi faktor yang krusial. Aspek ini mengukur seberapa mudah pengguna berinteraksi dengan aplikasi untuk mencapai tujuannya secara efisien dan efektif. Namun, masih ada tantangan karena tidak semua pengguna, terutama pengemudi, terbiasa memesan tiket melalui aplikasi. Sebagian dari mereka lebih memilih membeli tiket melalui pihak ketiga di sekitar pelabuhan, meskipun harganya lebih mahal.

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Ini adalah cara konsumen menafsirkan nilai harga suatu produk atau jasa. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi harga memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Transportasi laut, seperti yang disediakan oleh ASDP, sering kali dipilih karena persepsi harganya yang lebih terjangkau dibandingkan transportasi lain. Harga yang dianggap sesuai dengan nilai yang diterima akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih dalam mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Aplikasi Ferizy Penyeberangan PotoTano-Kayangan". Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi kepuasan pengguna layanan feri digital, dan hasilnya dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan layanan mereka.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menguji hubungan atau pengaruh antara variabel. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan analisis data dalam bentuk angka yang dapat diolah secara statistik. Desain penelitian ini berfokus pada instrumen, pengumpulan data,

dan analisis data kuantitatif dengan tujuan utama untuk mengetahui pengaruh

Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dalam menggunakan aplikasi Ferizy. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan layanan aplikasi Ferizy di Pelabuhan Poto Tano dan Kayangan. Karena populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Hair, yaitu minimal 5-10 kali jumlah indikator variabel. Dengan 21 indikator, jumlah sampel minimal yang digunakan adalah 126 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Kriteria responden yang dipilih adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan layanan aplikasi Ferizy serta berusia minimal 17 tahun dengan pemahaman penuh.

Instrumen penelitian utama adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan empat tingkatan jawaban: Sangat Setuju (4), Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Sebelum analisis data, instrumen diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r-hitung dan r-tabel; jika r-hitung > r-tabel, item dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*; jika nilainya > 0,6, kuesioner dianggap reliabel. Seluruh item pernyataan dalam kuesioner ini dinyatakan valid dan reliabel.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Model regresi yang digunakan adalah $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Sebelum regresi, dilakukan uji asumsi klasik, meliputi: uji normalitas (menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk memastikan data berdistribusi normal), uji multikolinearitas (menggunakan *Variance Inflation Factor* untuk memastikan tidak ada korelasi kuat antar variabel independen), dan uji heteroskedastisitas (menggunakan *uji Glejser* untuk memastikan varians residual konstan).

Terakhir, dilakukan uji hipotesis untuk menguji pengaruh variabel. Uji t (parsial) digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen (X1, X2, dan X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah. Pengujian ini didasarkan pada perbandingan nilai t-hitung dengan t-tabel serta nilai signifikansi. Uji koefisien determinasi (R²) juga dilakukan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode yang digunakan untuk memverifikasi apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi residual apakah berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusan dasar dalam tes Kolmogorov-Smirnov (K-S), Uji ini sendiri mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, data dianggap memiliki distribusi normal jika:

- a. Jika hasil uji nilai signifikan > 0,05 maka uji tersebut berdistribusi normal

- b. Jika hasil uji nilai signifikan $< 0,05$ maka uji tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>		Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200	Berdistribusi Normal

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1. diatas, diketahui hasil dari pengujian normalitas pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel diatas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikan yang di gunakan dalam penelitian ini, yaitu 0,05, dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian terhadap kondisi di mana dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi berganda memiliki hubungan yang sangat kuat, misalnya jika nilai korelasi antar variabel bebas mendekati 1 atau -1. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi.

- Jika nilai VIF $< 10,00$ dan Tolerance $> 0,10$ Maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF $> 10,00$ dan Tolerance $< 0,10$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Kualitas Pelayanan (X1)	.947	1.056	Tidak Multikolinearitas
Kemudahn Penggunaan (X2)	.764	1.308	Tidak Multikolinearitas
Persepsi Harga (X3)	.735	1.360	Tidak Multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Hasil uji Multikolinearitas diatas menunjukkan hasil nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$, sehingga:

- Kualitas Pelayanan (X1) nilai VIF $1.056 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,947 > 0,10$
- Kemudahan Penggunaan (X2) nilai VIF $1.308 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,764 > 0,10$
- Persepsi Harga (X3) nilai VIF $1.308 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,735 > 0,10$

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Harga (X3) dalam penelitian ini seluruh variabel memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00 yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi..

3. Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varians residual

dalam model regresi. heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak bersifat konstan, yang dapat memengaruhi validitas hasil analisis regresi. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode uji *Glejser* yaitu:

- Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Apabila nilai probabilitas (sig) < dari 0,05 maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	.718	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan (X2)	.793	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Harga (X3)	.151	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3. diketahui hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,718, Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan) sebesar 0,793, dan variabel X3 (Persepsi Harga) sebesar 0,151. Nilai signifikan dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini menunjukkan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi terhadap semua variabel X pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Analisis ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antar variabel. Dari judul pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Harga, sebagai variabel independen (X) terhadap Kepuasan Konsumen, sebagai variabel dependen (Y). dengan rumus persamaan regresi adalah:.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized</i>		
	<i>Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>		
(Constant)	32.441.933	7.206	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	-.015	-.203	.840
Kemudahan Penggunaan (X2)	.220	2.596	.011
Persepsi Harga (X3)	.455	4.393	.000

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Dari tabel 4. diatas, persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 32,441,933 + (-0,015) X1 + 0,220 X2 + 0,455 X3 + e$$

Berikut penjelasan persamaan regresinya :

1. Konstanta (*Constant*):

Nilai konstanta sebesar 32.441,933 menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Harga) dianggap bernilai nol, maka nilai kepuasan konsumen secara teoritis adalah sebesar 32.441,933 satuan.

2. Kualitas Pelayanan (X1):

Nilai koefisien regresi sebesar -0,015 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) menurun sebesar satu satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) mengalami penurunan dengan jumlah sebesar -0,015, sebaliknya jika terjadi peningkatan variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) meningkat sebesar -0,015 dengan asumsi-asumsi variabel lain dianggap konstan/tetap.

3. Kemudahan Penggunaan (X2):

Nilai koefisien regresi sebesar 0,220 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X2) meningkat sebesar satu satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) mengalami peningkatan dengan jumlah sebesar 0,220, sebaliknya jika terjadi penurunan variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) menurun sebesar 0,220 dengan asumsi-asumsi variabel lain dianggap konstan/tetap.

4. Persepsi Harga (X3):

Nilai koefisien regresi sebesar 0,455 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga (X3) meningkat sebesar satu satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) mengalami peningkatan dengan jumlah sebesar 0,455, sebaliknya jika terjadi penurunan variabel Persepsi Harga (X3) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) menurun sebesar 0,455 dengan asumsi-asumsi variabel lain dianggap konstan/tetap.

Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk menilai hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji t:

1. Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dikatakan positif dan signifikan, H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{sig} > 0,05$ maka dikatakan negatif dan tidak signifikan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X), yaitu Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, variabel dependen (Y).

Menentukan t tabel berdasarkan pada tabel 4.8 di atas dengan nilai signifikan 0,05 nilai T tabel adalah = 1,980, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Dari hasil uji T di atas menunjukkan nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai T hitung $-0,203 < T$ tabel 1,980 dan nilai signifikan sebesar $0,840 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sehingga, H_a ditolak.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Dari hasil uji T diatas menunjukkan nilai variabel Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki nilai T hitung $2,596 > T$ tabel $1,980$ dan nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sehingga, H_a diterima.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Dari hasil uji T diatas menunjukkan nilai variabel Persepsi Harga (X3) memiliki nilai T hitung $4,393 > T$ tabel $1,980$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Harga (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sehingga, H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) menjelaskan bahwa R^2 adalah persentase varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, yang menunjukkan sejauh mana variasi total dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh satu atau lebih variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model regresi dalam memprediksi variabel dependen (Cooper & Schindler, 2014) Berikut kriteria pengambilan keputusan untuk Uji R^2 (Koefisien Determinan) adalah:

1. Jika nilai Koefisiensi determinasi mendekati satu maka variabel Independen semakin kuat terhadap variabel Dependen.
2. Sebaliknya Koefisiensi determinasi mendekati nol maka variabel Independen semakin lemah terhadap variabel Dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.288	.270

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5. diatas, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar $0,288$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Harga (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar $28,8\%$. Sedangkan sisanya $71,2\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar $0,840$, yang lebih besar dari taraf signifikansi $0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa "Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" tidak terbukti dan ditolak. Dalam hasil ini mengingat banyak studi pada sektor jasa, kualitas pelayanan sering kali merupakan penentu utama kepuasan pelanggan. Namun, dalam konteks penggunaan aplikasi Ferizy, yang berbasis digital dan bersifat lebih mandiri (*self-service*), interaksi langsung dengan petugas ASDP atau aspek fisik

pelayanan (seperti fasilitas pelabuhan) mungkin tidak lagi menjadi faktor yang dominan dalam membentuk persepsi kepuasan. Sebaliknya, pelanggan lebih menaruh perhatian pada aspek kepraktisan, efisiensi, dan kinerja sistem digital itu sendiri dibuktikan dengan adanya pembelian melalui pihak ke-tiga sehingga, dari ketidaksignifikanan variabel ini adalah bahwa ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan di sektor ini belum tinggi, atau konsumen memang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan seluruh dimensi pelayanan yang tersedia. Akibatnya, persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan belum cukup kuat untuk memengaruhi tingkat kepuasan secara langsung.

Hasil temuan ini berbeda dengan penelitian Nugroho (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa transportasi darat. Namun, temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Muqodasih & Indriastuti (2023) yang mengungkap bahwa dalam layanan berbasis e-commerce seperti Shopee, kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan karena konsumen lebih terfokus pada efisiensi dan kecepatan sistem daripada interaksi manusia. Hal ini memperkuat argumen bahwa konteks digital menggeser peran kualitas pelayanan dari yang sebelumnya dominan menjadi pelengkap. Dengan demikian, meskipun kualitas pelayanan tetap penting dalam konteks layanan umum, pada layanan digital seperti Ferizy, peran kualitas pelayanan menjadi lebih terbatas, bahkan bisa menjadi faktor pelengkap daripada penentu utama. Sehingga Perusahaan disarankan untuk mengalihkan fokus peningkatan layanan dari aspek pelayanan konvensional ke pengembangan fitur digital, karena itulah yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada layanan aplikasi Ferizy.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,027, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan "Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" diterima. Hasil ini memberikan bukti bahwa kemudahan dalam mengakses dan mengoperasikan aplikasi Ferizy merupakan faktor yang krusial dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, seperti kejelasan tampilan antarmuka (*user interface*), kelengkapan fitur, efisiensi proses pemesanan tiket, dan minimnya hambatan teknis dalam proses transaksi.

Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi niat dan kepuasan pengguna terhadap teknologi. Ketika konsumen merasa bahwa aplikasi mudah dipahami dan tidak memerlukan banyak usaha untuk digunakan, maka mereka cenderung memiliki pengalaman yang menyenangkan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Kinarsih & Rizqullah (2024) dan Oktaviani et al. (2023) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini menegaskan bahwa tampilan antarmuka yang ramah pengguna, fitur yang jelas, dan pengalaman pengguna yang baik mendorong tingkat kepuasan yang tinggi. Dinilai dari pengguna aplikasi yang lebih banyak digunakan atau diakses oleh kalangan muda di dibandingkan dengan yang berumur dan *gaptek* dengan teknologi sekarang sehingga, kurang memahami bagaimana proses pembelian tiket tersebut dan mereka lebih memilih membeli pada pihak ke-tiga yang tersedia di sekitar area pelabuhan. Oleh karena itu, kemudahan dalam mengakses, memahami, dan

mengoperasikan aplikasi Ferizy merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Konsumen cenderung merasa lebih puas apabila aplikasi dirancang dengan antarmuka yang intuitif, fitur yang lengkap, serta proses transaksi yang efisien dan minim kendala teknis. pengembang dan pengelola aplikasi Ferizy perlu menjadikan kemudahan penggunaan sebagai prioritas dalam strategi peningkatan layanan digital untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengguna.

3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa nilai signifikansi untuk variabel Persepsi Harga (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002, yang lebih kecil dari nilai alfa 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa "Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga layanan Ferizy memiliki dampak penting terhadap kepuasan mereka. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang dikenakan untuk pembelian tiket melalui aplikasi sepadan dengan manfaat yang diperoleh misalnya kenyamanan, kemudahan akses, serta penghematan waktu dan biaya maka tingkat kepuasan akan meningkat, persepsi harga tidak hanya soal nominal biaya, tetapi mencakup juga bagaimana konsumen menilai nilai (value) dari layanan yang mereka terima. Persepsi harga yang positif akan terbentuk ketika konsumen merasa bahwa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas, manfaat, dan pengalaman yang mereka rasakan. Dalam pembelian tiket melalui ferizy konsumen cenderung lebih memilih membeli kepihak ke-tiga dengan perbandingan harga sedikit lebih mahal dibandingkan membeli melalui aplikasi sendiri dengan alasan agar lebih cepat dan praktis jika membeli melalui pihak ke-tiga.

Penelitian ini konsisten dengan studi Prasti Saogo et al. (2024) yang meneliti pengguna aplikasi PosAja! dan menemukan bahwa persepsi harga secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Nugroho (2023) juga mengidentifikasi bahwa persepsi harga yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen harga termasuk transparansi, kesesuaian harga dengan kualitas, dan perbandingan harga dengan metode alternatif (seperti pembelian manual di gerai sekitar pelabuhan) merupakan aspek strategis dalam menjaga kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Aplikasi Ferizy Penyeberangan PotoTano-Kayangan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam penggunaan aplikasi Ferizy. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan penting dalam konteks layanan jasa, pada aplikasi Ferizy, kualitas pelayanan yang diberikan belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Kemungkinan hal ini disebabkan karena pengguna lebih fokus pada aspek fungsional aplikasi seperti kemudahan dan harga dibandingkan dengan aspek pelayanan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan aplikasi Ferizy. Hasil ini membuktikan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Antarmuka, navigasi yang sederhana, serta kemudahan dalam proses pemesanan tiket merupakan faktor utama yang mendorong pengguna merasa puas dalam menggunakan aplikasi Ferizy.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam penggunaan aplikasi Ferizy. Hasil ini menunjukkan bahwa Pengguna aplikasi Ferizy merasakan bahwa harga yang ditawarkan sepadan dengan manfaat dan kenyamanan yang mereka peroleh. Persepsi harga yang dianggap terjangkau dan kompetitif menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods*.
- Farsya, A. M., & Wasino. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Carls Jr Gran Rubina. *STEIN ERepository*, 16(2), 41–54.
- Ferry, C. S. A. I. (2023, October 11). *Terus Pacu Digitalisasi, ASDP Resmi Terapkan Reservasi Tiket Online Di Pelabuhan Kayangan dan Pototano melalui trip.ferizy.com*.
- Idris, M. (2023). *Info Pelabuhan Kayangan Lombok, Jadwal Kapal dan Tiketnya*. Kompas.Com.
- Kinarsih, C. L. T. M., & Rizquillah, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 4026–4037.
- Krisdyar, L. E., Utami, S., & Yunanto, Y. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe D'Fresh di Kediri. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2355–2369.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17.
- Muqodasih, L. D., & Indriastuti, A. (2023). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jurnal CAPITAL*, 5.
- Munggaran, G., & Elmi Farida. (2020). Pengaruh Pelatihan, Disiplin dan Sertifikasi Terhadap Kinerja Guru Yayasan Pendidikan Islam Nur El Falah Kubang. *Swot*, X(1), 1–13.
- Novianto, I., & Nainggolan, B. M. (2023). Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gallery Restoran Hotel Redtop Jakarta. *10(3)*, 1–14.
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15.
- Nugroho, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Major Sukses Berkah. *Public Service And Governance Journal*.
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 94–100.
- Perkasa, D. H., Banjarnahor, K. S., & Widayati, C. C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Ferizy dan Persepsi Harga Terhadap Penggunaan Ulang Layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1.
- Permana, H. A., Yusnita, R. T., & Oktaviani, N. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Meubel Hendi. *Jurnal Candikia Ilmiah*, 2.
- Pitoi, C. D., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 3.
- Prasti Saogo, W., Yanti, S., & Mursal. (2024). Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pos Aja! PT. Pos Indonesia Cabang Batam). *14*(2), 94–107.
- Purba, O. R., & Raja, P. L. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(9), 1067–1075.
- Rizky, M. L., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 259–269.
- Rusni, A. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Alfamart Batu Alang Kecamatan Moyo Hulu Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–8.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Leadership & Organization Development Journal, 34(7).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sridayanti Banjarnahor, K., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Ferizy dan Persepsi Harga Terhadap Penggunaan Ulang Layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Sustainability (Switzerland), 11(1).
- Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. A. (2024). Determinan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *4*(1), 2020–2025.
- Taufan, S., & Santoso, A. E. P. (2023). Penerapan Aplikasi Elektronik Kualitas Layanan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 10(02), 2775–5576.
- Ummah, & Sya'fiatul, M. (2019). Theory of Planned Behavior (Implementasi Perilaku Electronic Word Of Mouth pada Konsumen Marketplace. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Wardhani, L. N., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Traveloka (S. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4304–4315.
- Wicaksono, & Rizky, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.