

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Pelayaran Nasional Indonesia (PT. PELNI) PERSERO merupakan perusahaan pelayaran milik negara yang berdiri sejak tanggal 28 april 1952 sesuai dengan surat keputusan Menteri Perhubungan No. M2/1/2 tanggal 28 April 1952 dimana perusahaan ini bergerak melalui jasa transportasi laut yang mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia. salah satu cabang PT Pelni persero adalah di kota Makassar tepatnya di Jl. Sawerigading No. 14 Kota Makassar, dimana dicabang ini memiliki banyak rute tujuan dan juga memiliki berbagai macam produk dan jasa milik PT PELNI persero, salah satu produk jasa PT.PELNI Cabang Makassar adalah jasa perkapalan dalam bentuk kapal 2 in 1 dimana jenis kapal ini bukan hanya untuk mengangkut angkutan penumpang tapi juga angkutan barang-barang kebutuhan pokok maupun barang-barang lain seperti pakaian, furniture hingga kendaraan motor selanjutnya di cabang ini juga mempunyai produk jasa kapal penumpang serbaguna yaitu kapal yang mampu untuk mengangkut kontainer, penumpang dan juga mobil sekaligus salah satu contoh kapal kapal penumpang serbaguna adalah kapal motor dobonsolo dimana kapal ini memiliki jenis 3 in 1 yaitu kapal yang mengangkut kontainer dibagian depan serta dibelakangnya dapat digunakan untuk mengangkut penumpang dan mobil, selanjutnya PT. PELNI cabang Makassar juga memiliki produk & jasa yaitu kapal barang dimana kapal ini memiliki fungsi untuk mendistribusikan barang logistic dan juga mengangkut kargo volume besar dengan pelayanan terbaik dan juga dukungan SDM Profesinonal. Hal selanjutnya yang menjadi produk jasa PT. PELNI Cabang Makassar adalah pelayanan jasa seperti sewa ruangan diatas kapal, iklan diatas kapal dan event on board, hal selanjutnya yang menjadi andalan produk jasa PT Pelni cabang Makassar adalah segmen jasa keagenan yaitu produk & jasa keagenan kapal-kapal domestik, dimana sejak sejak tahun 2017 usaha keagenan ini menyediakan paket wisata bahari keberbagai tujuan destinasi wilayah di Indonesia, segmen jasa ini pada tahun 2017 berkontribusi senilai Rp. 4.7 Miliar atau sebesar

0.11% dari keseluruhan pendapatan usaha perusahaan. Unit produk jasa selanjutnya adalah segmen charter dan broker kapal, keseluruhan hal produk & jasa yang telah dipaparkan diatas dapat dilakukan di PT PELNI Cabang Makassar. Visi 2020 – 2024 PT. Pelni Persero adalah “Menjadi Perusahaan Pelayaran dan Logistik Maritim Terkemuka di Asia Tenggara” dan Misi 2020 – 2024 PT. PELNI Persero adalah:

1. Menjamin aksesibilitas masyarakat dengan mengelola angkutan laut untuk menunjang terwujudnya Wawasan Nusantara
2. Mengelola dan mengembangkan usaha logistik maritim di Indonesia dan Asia Tenggara
3. Meningkatkan nilai perusahaan melalui kreativitas, inovasi, digitalisasi proses bisnis dan pengembangan sumber daya manusia untuk mencapai pertumbuhan yang berkesinambungan.
4. Menjalankan usaha secara adil dengan memperhatikan asas manfaat bagi semua pemangku kepentingan dengan menerapkan prinsip good corporate governance.
5. Berkontribusi positif terhadap negara dan karyawan, serta berperan aktif dalam pembangunan lingkungan dan pelayanan kepada masyarakat.



Gambar 1. 1 Logo PT PELNI

Sumber: (Pelni, 2019)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sebagai negara yang memiliki 17.000 pulau dan 95.181 km panjang garis pantai, Indonesia telah menjadi negara kepulauan terbesar didunia. Indonesia

terletak pada posisi yang strategis karena diapit oleh samudra Pasifik dan Hindia serta dilewati oleh garis Katulistiwa. Posisi strategis ini menguntungkan Indonesia dalam bidang bisnis pelayaran. Pelayaran terbagi menjadi dua macam yaitu pelayaran niaga dan non-niaga. Pelayaran niaga adalah usaha pengangkutan barang atau penumpang melalui laut, sedangkan pelayaran non niaga adalah pelayaran yang bertujuan selain kegiatan perdagangan, contohnya pelayaran angkatan perang, penjagan pantai, dan sebagainya.

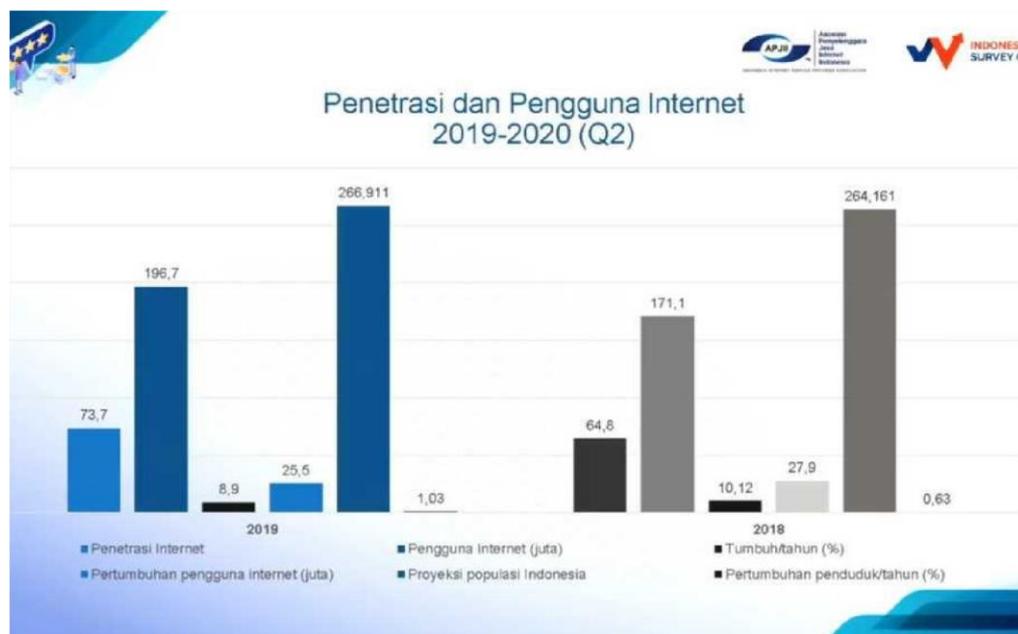
Berdasarkan undang-undang nomor 19 tahun 2013 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Tujuan dari BUMN adalah mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan BUMN yang bergerak pada bidang transportasi laut adalah PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PT. PELNI). Bisnis utama PT. PELNI yaitu menyediakan jasa transportasi laut yang meliputi jasa angkutan penumpang dan angkutan barang antar pulau. Akhir tahun 2019, PT. PELNI telah memiliki 26 unit kapal penumpang, 53 unit kapal perintis, 1 unit kapal ternak, 16 unit kapal barang/komersial dan 20 kapal rede. PT. PELNI berhasil mencapai targetnya ditahun 2019, dapat dilihat dari volume penggunaan jasa kapal sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Volume Penggunaan Jasa PT PELNI Tahun 2017-2019

| Produksi | Tahun 2017 | Tahun 2018 | Tahun 2019 |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Angkutan penumpang (orang) | 3,52 Juta | 3,62 Juta | 5,35 Juta |
| Angkutan barang (ton) | 74.719 Ton/M3 | 100.663 Ton/M3 | 197.392 Ton/M3 |

Sumber: (Pelni 2017,2018,2019)

Menjadi salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang transportasi laut, PT. PELNI tetap saja memiliki pesaing dalam pasarnya. Perusahaan swasta di Indonesia yang menjadi pesaing PT. PELNI yaitu PT. Prima Vista, PT. Dharma Lautan, PT. Tempura Mas, PT. Tanto, dan PT. Lamintu Sinar Perkasa. Agar dapat terus bersaing, PT. PELNI harus dapat meningkatkan kualitas layanan kepada para konsumennya. Saat ini penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, dapat dilihat dari survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII):



Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2019 -2020 (Q2)

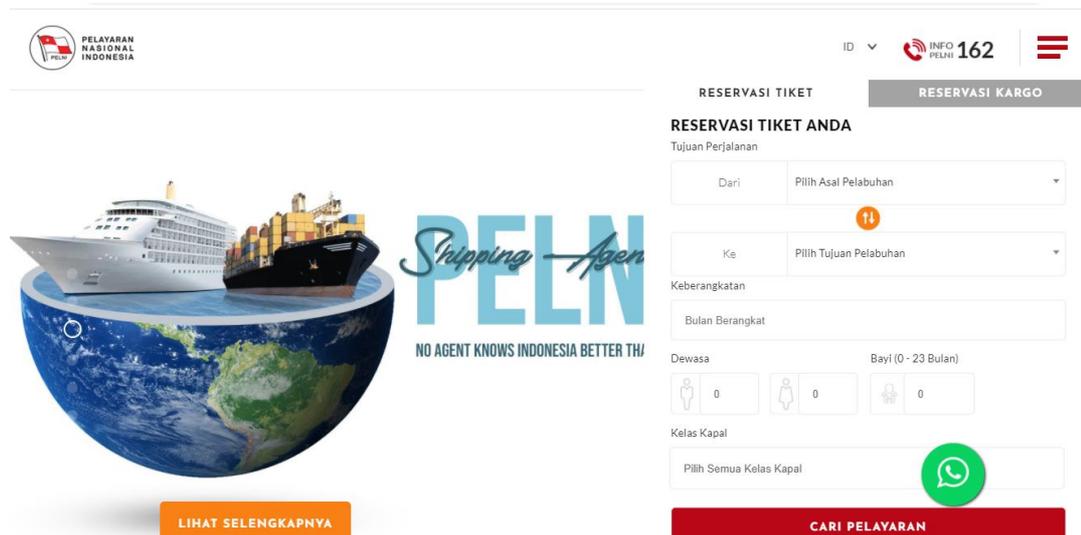
Sumber: (Herman, 2020)

Dari gambar grafik diatas, dapat dilihat penggunaan internet dari tahun 2018-2019 memiliki peningkatan. Dengan peningkatan penggunaan internet di Indonesia, maka PT. PELNI pun meningkatkan layanannya pada pelanggan dengan membuat website PT. PELNI. Website ini dibuat untuk memfasilitasi konsumennya dalam melakukan pembelian agar lebih mudah. Setelah adanya website ini, maka konsumen dapat melakukan pemesanan dimana saja dan kapan saja. Hal ini dilakukan agar membuat senang konsumen dan tidak merepotkannya untuk datang langsung ke loket penjualan tiket. Akses melalui website ini bertujuan untuk

memudahkan konsumen dalam mempertimbangkan keamanan, fasilitas, dan kualitas layanan yang diberikan PT. PELNI.

PT. PELNI memiliki banyak kantor yang tersebar di seluruh Indonesia dari sabang hingga marauke. Salah satu cabang PT PELNI adalah di kota Makassar tepatnya di Jl. Sawerigading No. 14 Kota Makassar, dimana dicabang ini memiliki banyak rute tujuan dan juga memiliki berbagai macam produk dan jasa. Salah satu layanan yang memiliki tingkat permintaan yang tinggi yaitu layanan kapal penumpang antar daerah dikarenakan harga tiketnya jauh lebih murah dari transportasi udara. Dengan demikian dibuatlah website PT. PELNI agar memudahkan calon penumpang dalam pengecekan jadwal dan pemesanan tiket. Dengan situs website ini tidak hanya akan memudahkan penumpang, tetapi juga dapat memudahkan pihak perusahaan seperti, pemeriksaan tiket sebelum keberangkatan, sebagai sarana promosi dan mempermudah transaksi bisnis yang lebih cepat. Kemudahan yang diberikan dalam bentuk pelayanan elektronik oleh PT. PELNI untuk mengurangi sebuah kesulitan dan rasa kecewa saat ingin membeli atau melakukan pengecekan jadwal tiket yang biasanya dilakukan di loket penjualan tiket. Bentuk Pelayanan ini dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih transportasi yang mereka inginkan dari mulai kecepatan, keamanan, fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan dari bisnis transportasi tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam bersaing bagi perusahaan jasa. Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan jasa transportasi itu kembali sehingga perusahaan terus dapat eksis dan bertahan. Perusahaan harus memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan sehingga pelanggan merasa senang dan memiliki rasa ingin menggunakan jasa yang

diberikan perusahaan terus menerus. Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja dari jasa atau *service* yang digunakan pelanggan.



Gambar 1.3 Tampilan website PT. PELNI

Sumber: www.pelni.co.id

Menurut Chase, Jacobs, & Aquilano dalam (Jonathan, 2013) *E-SerQual* merupakan situs yang dibuat perusahaan untuk memfasilitasi konsumen dalam aktivitas berbelanja, pembelian serta distribusi secara efektif dan efisien menggunakan internet. *E-service quality* merupakan pembaharuan dalam hal kualitas pelayanan yang dikembangkan untuk mengukur kepuasan pelanggan melalui sistem elektronik atau internet. Dengan adanya *e-service quality* diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses seluruh kegiatan transaksi, mulai dari pemesanan, pengecekan serta pembayaran. Kesulitan calon penumpang dalam melakukan pengecekan jadwal dan pemesanan tiket apabila dilakukan secara manual. Terjadi pengeluaran biaya dan waktu yang lebih besar apabila keberadaan calon penumpang jauh dari kantor penjualan tiket. Penjualan tiket secara manual juga dapat menimbulkan antrian panjang calon penumpang. Hal ini mengakibatkan rasa ketidaknyamanan terhadap fasilitas yang diberikan. *E-service quality* berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan menciptakan *e-service quality* diharapkan agar dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan aktivitas pengecekan jadwal, pembelian tiket dan juga pembayaran. *E-service quality* memungkinkan kita dapat mengakses informasi yang lebih efektif dan efisien serta

meningkatkan kepuasan pelanggan, dikarenakan dapat diakses dimana saja dan kapan saja, dengan menggunakan internet tanpa perlu datang langsung ke loket penjualan tiket. Hal ini membuat peneliti melakukan survey pra-kuesioner kepada 30 responden dengan variabel *e-serval quality* untuk melihat tanggapan para konsumen mengenai website PT. PELNI.

Tabel 1. 2 Pra-Survey Variabel E-Serval Quality

| Keterangan | Pertanyaan | Jawaban | |
|-------------------------|--|---------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| <i>E-serval quality</i> | Website PT. PELNI dapat diandalkan dalam pengecekan dan pemesanan tiket | 93,3% | 6,7% |
| | Informasi dan transaksi lebih cepat melalui Website PT. PELNI | 83,3% | 16,7% |
| | Pelayanan lebih cepat dan tanggap melalui Website PT. PELNI | 80% | 20% |
| | Pelayanan sabar dan ramah dalam menjawab keluhan dan pertanyaan | 86,7% | 13,3% |
| | Data privasi aman melalui Website PT. PELNI | 96,7% | 3,3% |
| | Yakin Website PT. PELNI tidak akan menyalahgunakan data saya | 93,3% | 6,7% |
| | Informasi yang diberikan Website PT. PELNI sangat bermanfaat | 83,3% | 16,7% |
| | Informasi yang diberikan Website PT. PELNI sesuai kebutuhan dan tujuan pelanggan | 43,3% | 56,7% |
| | Website PT. PELNI mudah diakses | 90% | 10% |
| | Website PT. PELNI memudahkan mencari informasi | 50% | 50% |
| | Desain Website PT. PELNI menarik dan kreatif | 43,3% | 56,7% |
| | Menu Website PT. PELNI terlihat simpel dan jelas | 70% | 30% |

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Dari hasil pra-survey terhadap 30 responden pada masyarakat di makassar yang pernah menggunakan website PT. PELNI, didapatkan hasil dengan respon positif dan ada pula respon negatif. Pada pertanyaan nomor 8 “Informasi yang diberikan Website PT. PELNI sesuai kebutuhan dan tujuan pelanggan” mendapat jawaban 43,3% Ya dan 56,7% Tidak. Pada pertanyaan nomor 10 “Website PT. PELNI memudahkan dalam mencari informasi” mendapat jawaban 50% Ya dan 50% Tidak. Dan pada pertanyaan nomor 11 “Desain Website PT. PELNI menarik dan kreatif” mendapat jawaban 43,3% Ya dan 56,7% Tidak. Tetapi ada beberapa pertanyaan yang memiliki ketertarikan pada *e-serval quality* yaitu pada pertanyaan nomor 1 dengan jawaban 93,3% Ya dan 6,7%. Pertanyaan nomor 2 83,3% dan 16,7% tidak. Pertanyaan nomor 3 80% ya dan 20% tidak. Pertanyaan nomor 4 86,7% ya dan 13,3% tidak. Pertanyaan nomor 5 96,7% ya dan 3,3% tidak. Pertanyaan nomor 6 93,3% ya dan 6,7% tidak. Pertanyaan nomor 7 83,3% ya dan 16,7% tidak. Pertanyaan no 9 90% ya dan 10% tidak. lalu pertanyaan nomor 12 70% ya dan 30% tidak.

Salah satu kunci kesuksesan perusahaan jasa yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Khoirista, 2015) kepuasan pelanggan melihat sejauh mana kinerja yang disediakan oleh sebuah produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan dapat membangun kepercayaan kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat terus bertahan. Kepuasan pelanggan juga menjadi alat ukur tentang masa depan perusahaan, oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memahami apa yang dirasakan konsumennya apakah merasa puas atau sebaliknya. Kualitas pelayanan tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan yaitu konsumen. Apabila konsumen merasa tidak puas bahkan kecewa dengan kualitas layanan maka layanan perusahaan dianggap kurang baik dan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Biasanya pelanggan yang merasa puas atau tidak puas akan mengirim pesan melalui email ataupun formulir umpan balik. Cara lain mengetahui kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan survey. Berikut hasil pra-survey pada variabel kepuasan pelanggan:

Tabel 1. 3 Pra Survey Kepuasan Pelanggan

| Keterangan | Pertanyaan | Jawaban | |
|--------------------|--|---------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| Kepuasan pelanggan | Harga yang ditawarkan terjangkau | 70% | 30% |
| | Kualitas layanan baik, sopan dan ramah | 83,3% | 16,7% |
| | Fitur pada website sesuai harapan | 50% | 50% |
| | Merasa senang dan tidak menyesal menggunakan website | 76,7% | 23,3% |
| | Website memudahkan dalam pengecekan dan pemesanan | 86,7% | 13,3% |

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan hasil pra survey diatas, pada pertanyaan nomor 1 didapatkan jawaban 70% ya dan 30% tidak. Pada pertanyaan nomor 2 83,3% menjawab ya dan 16,7% menjawab tidak. Pada pertanyaan nomor 3 50% jawaban tidak dan 50% ya. Pada pertanyaan nomor 4 76,7% ya dan 23,3% menjawab tidak. Lalu pada pertanyaan nomor 5 86,7% menjawab ya dan 13,3% menjawab tidak.

Dari hasil penelitian yang dipaparkan diatas, dapat dilihat dari 30 responden dalam beberapa pertanyaan yang diajukan, ada responden yang jawaban tidak sebanyak 50%. Hasil pra-survey yang masih rendah ini dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan masih rendah pula. Dapat dikatakan demikian karena apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali berkunjung dan diharapkan dapat menceritakan pengalaman berbelanja dengan merasa puas dan senang. Kualitas layanan yang diberikan sebuah *website* akan mempengaruhi eksistensi aplikasi *website* dari perusahaan itu sendiri. Bagi perusahaan yang menyediakan pelayanan online untuk penggunaanya tentu saja harus senantiasa mengevaluasi layanan onlinenya sehingga pengguna aplikasi pada perusahaan tersebut merasa puas dan akan mengarahkan pengguna pada tahap loyalitas.

Penelitian tidak hanya sekedar ingin tahu saja, tapi juga memiliki alasan yang tepat sehingga dapat memudahkan dalam memahami isi dari proposal ini. Berikut penulis akan menguraikan kata-kata penting yaitu :

1. Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang terjadi oleh sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Departemen Pendidikan Nasional, 2014)
2. *E-service quality* adalah penyediaan pelayanan pada jaringan internet sebagai perluasan kemampuan dari sebuah situs agar dapat memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Wu, 2014)
3. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna jual ketika suatu alternatif barang atau jasa yang diperoleh telah memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan atau tidak sesuai dengan yang diharapkan, tetapi ketidakpuasan adalah ketika produk yang diterima tidak memenuhi harapan pelanggan (Djan, 2020)

Dari beberapa pengertian diatas bahwa pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PELNI Cabang Makassar adalah suatu penguraian dari suatu peristiwa untuk dilakukan penelitian dan penyelidikan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan, guna memahami dan menambah pengetahuan pentingnya *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada pelanggan PT. PELNI Cabang Makassar. *E-service quality* yang diberikan pada situs website PT. PELNI diharapkan dapat memenuhi keinginan serta kepuasan dari pelanggan sehingga dapat manfaat dan keuntungan yang banyak kepada perusahaan.

Pada penelitian ini akan menguji tentang *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar. Pada penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Tobagus, 2018) penelitian berjudul “pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna di situs tokopedia” hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *e-service quality*

berpengaruh pada kepuasan pelanggan Tokopedia dengan t hitung sebesar 24,396 dengan nilai t tabel sebesar 1,97769 dan nilai R square 0,815. Berdasarkan data analisis dan uraian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality***

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Website PT. PELNI Cabang Makassar”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *E-service Quality* pada website PT. PELNI Cabang Makassar?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar?
3. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PELNI Cabang Makassar?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *E-service Quality* pada website PT. PELNI Cabang Makassar?
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Peneliti

Penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pengalaman dalam melakukan penelitian serta dapat menerapkan hasil penelitian dalam lingkungan praktis.

2. Pengembangan ilmu pengetahuan

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan dapat memberikan masukan tambahan dan referensi lanjutan pada literatur *e-service quality*, terkhusus pada kepuasan pelanggan.

3. Akademis

Bagi akademis, diharapkan dapat menjadi bahan informasi yang digunakan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

4. Perusahaan

Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan seorang manajer atau atasan dalam proses pengambilan keputusan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari bulan November tahun 2020 hingga September 2021. Sehingga total waktu yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian ini sekitar 10 bulan.

1.7 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir Pembahasan dalam proposal ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai teori-teori dan literatur mengenai pemasaran terkait dengan topik dan variabel penelitian yaitu *E-Service Quality* Menggunakan

Metode Regresi Linear Sederhana. Kerangka pemikiran, perumusan hipotesis, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, ruang lingkup penelitian, tempat penelitian dan periode penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil. Bab ini juga menjelaskan keadaan responden yang diteliti, deskripsi hasil penelitian yang telah diidentifikasi, yaitu menjelaskan mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang disimpulkan oleh peneliti terhadap hasil analisis dari penelitian yang dilakukan dalam hal penilaian mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada website PT. PELNI Cabang Makassar, serta saran yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. PELNI Cabang Makassar.