



**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PENYEWAAN KAPAL TUNDA DAN TONGKANG
PT. MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK DI AREA KENDARI DAN
MALUKU UTARA.**

SKRIPSI

**Untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pelayaran pada
Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang**

Oleh

**SILVIA ANGGRAENI
NIT. 561911327425 K**

**PROGRAM STUDI TATA LAKSANA ANGKUTAN LAUT DAN
KEPELABUHAN DIPLOMA IV
POLITEKNIK ILMU PELAYARAN
SEMARANG
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

“PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN KAPAL TUNDA DAN TONGKANG PT. MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK DI AREA KENDARI DAN MALUKU UTARA”

DISUSUN OLEH:
SILVIA ANGGRAENI
NIT. 561911327425 K

Telah disetujui dan diterima, selanjutnya dapat diujikan di depan Dewan Penguji
Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang, 2023

Dosen Pembimbing I
Materi



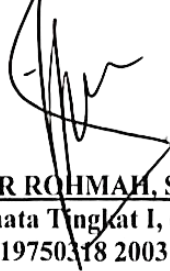
OKVITA WAHYUNI, S.ST., M.M.
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19781024 200212 2 002

Dosen Pembimbing II
Penulisan



Capt. DIAN KURNIANING SARI, S.ST., M.M.,
M.Mar.
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19760206 200812 2 005

Mengetahui
KETUA PROGRAM STUDI TALK



Dr. NUR ROHMAN, S.E., M.M.
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19750318 200312 2 001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PENYEWAAN KAPAL TUNDA DAN TONGKANG PT. MITRABAHTERA
SEGARA SEJATI TBK DI AREA KENDARI DAN MALUKU UTARA”

Nama : Silvia Anggraeni

NIT : 561911327425 K

Program Studi : Tata Laksana Angkutan Laut Dan Kepelabuhan

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Prodi TALK, Politeknik

Ilmu Pelayaran Semarang pada Selasa, tanggal 4 Juli 2023

Semarang, 4 Juli 2023

Panitia Ujian

Penguji I : **RETNO HARIYANTI, S.Pd., M.M.**
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19741018 199803 2 001

Penguji II : **OKVITA WAHYUNI, S.ST., M.M.**
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19781024 200212 2 002

Penguji III : **RIA HERMINA SARI, SS., M.Sc.**
Penata Tingkat I, (III/d)
NIP. 19810413 200604 2 002

Mengetahui

Direktur Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang

Dr. Capt. TRI CAHYADI, M.H., M.Mar
Pembina Tk I, (IV/b)
NIP. 19730704 199803 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvia Anggraeni

NIT : 561911327425 K

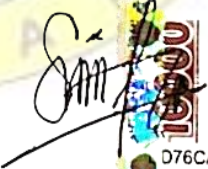
Program Studi : Tata Laksana Angkutan Laut Dan Kepelabuhan

Skripsi dengan judul “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara”

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya (penulisan dan tulisan) sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etika ilmiah. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, 4 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



SILVIA ANGGRAENI
NIT. 561911327425 K

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

1. “Dan barang siapa bertaqwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam segala urusan” (QS. At-Thalaq:4).
2. Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, dan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.

Persembahan:

1. Kedua orang tua tercinta dan terkasih Bapak Syamsudin dan Ibu Siti Kusriatun yang tiada henti mendoakan serta selalu memberikan dukungan kepada saya.
2. Keluarga besar PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk.
3. Rekan-rekan saya angkatan LVI.
4. Almamater saya Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang.

PRAKATA

Alhamdulillah, segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada hamba-Nya sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan kita menuju jalan yang benar.

Penulisan ini mengambil judul “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara” yang terselesaikan berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil penulisan selama praktik darat di PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk.

Dalam usaha menyelesaikan penulisan penulisan ini, dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, bantuan serta petunjuk yang berarti. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Capt. Tri Cahyadi, M.H., M.Mar., selaku Direktur Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam menuntut ilmu di Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang.
2. Dr. Nur Rohmah, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Tata Laksana Angkutan Laut dan Kepelabuhan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam menuntut ilmu di Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang.

3. Okvita Wahyuni, S.ST., M.M., selaku Dosen Pembimbing Materi Penulisan Skripsi yang dengan sabar dan tanggung jawab telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Capt. Dian Kurnianing Sari S.ST., M.M., M.Mar., selaku Dosen Pembimbing Metode Penulisan Skripsi yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pimpinan beserta karyawan perusahaan PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk yang telah memberikan kesempatan serta telah memberikan membimbing dan membantu penulis selama melaksanakan penulisan dan praktik.
6. Bapak dan Ibu tercinta, serta semua pihak yang telah membantu penulisan hasil penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap agar penulisan ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Semarang, 4 Juli 2023
Penulis



SILVIA ANGGRAENI
NIT. 561911327425 K

ABSTRAKSI

Anggraeni, Silvia. 561911327425 K. 2023. "*Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara*". Skripsi. Program Diploma IV, Program Studi Tatalaksana Angkutan Laut dan Kepelabuhanan, Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang, Pembimbing I: Okvita Wahyuni, S.ST, M.M., Pembimbing II: Capt. Dian Kurnianing Sari S.ST, M.M. M.Mar.

Tingginya persaingan menyebabkan menurunnya jumlah penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk khususnya area Kendari dan Maluku Utara selama tiga tahun terakhir. Oleh karena itu, perusahaan menyadari bahwa bauran pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*) ialah salah satu strategi guna menghadapi ketatnya pesaingan. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua alat pemasaran saja yaitu produk dan harga. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara secara parsial maupun secara simultan atau bersama-sama.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Data penelitian berupa data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada perusahaan penyewa kapal tunda dan tongkang sebagai sampel sebanyak 38 responden. Data kemudian dianalisis menggunakan skala pengukuran *likert* dan diuji dengan *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk dan harga secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

Kata Kunci : Produk, Harga, Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang.

ABSTRACT

Anggraeni, Silvia. 561911327425 K. 2023. “The Influence of Product and Price on Tugboat and Barge Rental Decisions PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk in Kendari and North Maluku Area”. Thesis. Diploma IV, Port and Shipping Studies Program, Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang, Advisor I: Okvita Wahyuni, S.ST, M.M., Advisor II: Capt. Dian Kurnianing Sari S.ST, M.M. M.Mar.

The high competition has led to a decrease in the number of tugboats and barges of PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk, especially the Kendari and North Maluku areas for the last three years. Therefore, companies realize that the 4P marketing mix (product, price, place, and promotion) is one of the strategies to deal with tight competition. But in this study, researchers only used two marketing tools, namely product and price. The purpose of this study is to determine the effect of products and prices on the decision to rent tugboats and barges of PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk in Kendari and North Maluku areas partially or simultaneously or together.

The research method used is quantitative descriptive method. Research data in the form of primary data collected through questionnaires to tugboat and barge charter companies as a sample of 38 respondents. The data was then analyzed using Likert measurement scale and tested with SPSS software version 25.

The results showed that product and price variables partially and simultaneously had a significant influence on the decision to lease tugboats and barges of PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk in Kendari and North Maluku area.

Keywords : Product, Price, Tugboat and Barge Rental Decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS.....	9
A. Deskripsi Teori.....	9
B. Deskripsi Operasional	23
C. Kerangka Berfikir.....	24
D. Hipotesis.....	25
BAB III.....	27
PROSEDUR PENELITIAN.....	27
A. Metode Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel	27
C. Instrumen Penelitian.....	30

D. Teknik Pengolahan Data	33
E. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN, PENGUJIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN	
.....	41
A. Deskripsi Hasil Penelitian	41
B. Uji Persyaratan Analisis	47
C. Hasil Pengujian Hipotesis	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN	
66	
A. Simpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	67
C. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional	24
Tabel 3.1 Data Perusahaan Penyewa Kapal PT. Mitrabahera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara	28
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian	35
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	38
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif	42
Tabel 4.2 Rata-Rata Intensitas Penyewaan Kapal.....	43
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk (X^1)	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X^2).....	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y).....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji t	58
Tabel 4.13 Hasil Uji F	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk	4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati, Tbk	75
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	82
Lampiran 4 Daftar Responden	83
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	84
Lampiran 6 Hasil Uji Karakteristik Responden	85
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	86
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas.....	88
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
Lampiran 12 Hasil Uji Autokorelasi.....	91
Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	92
Lampiran 14 Hasil Uji t.....	93
Lampiran 15 Hasil Uji F	94
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia yaitu negara yang memiliki pulau sebaran sebanyak 17.000 pulau lebih dan Indonesia menjadi negara kepulauan paling besar di dunia, yang mana laut menjadi bagian paling mendominasi dibandingkan daratan. Indonesia juga menjadi negara terbesar yang menggunakan sarana transportasi laut untuk perpindahan arus orang dan barang antar daerah, terutama bagi daerah yang sulit dijangkau menggunakan transportasi laut. Dilihat dari posisi geografisnya yang strategis yaitu berada tepat dipersilangan jalur perdagangan dunia, potensi sumber daya alam Indonesia menjadi lebih besar.

Peranan nikel sangatlah penting bagi kehidupan manusia yaitu menjadi salah satu sumber daya alam khususnya di Indonesia. Nikel adalah hasil tambang berwujud logam putih keperakan dimana digunakan untuk meminimalisasi korosi sebagai bahan campuran. Nikel ialah salah satu unsur logam yang ketersediaannya melimpah. Akan tetapi, kebanyakan nikel letaknya ada di inti bumi sejauh lebih dari 1.800 mil dibawah permukaan bumi. Nikel sebagai bahan tambang sering digunakan untuk membuat baja tahan karat. Disamping itu, nikel memiliki sifat karsiogenik dimana membutuhkan tindakan dan pencegahan khusus untuk memastikan keselamatan orang yang bersentuhan langsung dengan senyawa ini dan diperlukan orang atau yang berkompeten di bidangnya.

Guna menunjang efektivitas pengangkutan barang atau muatan yang diperdagangkan, kelancaran sistem transportasi tentu diperlukan. Kapal menjadi salah satu sarana transportasi laut yang paling sering digunakan. Kapal laut adalah transportasi laut yang berfungsi untuk mengangkut barang dalam jumlah besar baik didalam ataupun luar negeri. Kapal tunda dan tongkang menjadi salah satu alat transportasi dalam rangka pendistribusian nikel yang ditujukan ke masyarakat dan dunia industri.

Perusahaan penyewaan angkutan laut juga memiliki peranan yang penting, yaitu sebagai penyedia angkutan yang digunakan penyewa kapal untuk mengangkut muatannya. Menyewa dapat diartikan sebagai bentuk kerjasama yang tertulis di dalam kontrak tentang penggunaan harga bergerak berwujud dalam jangka waktu serta ketentuan sesuai yang telah ditetapkan perusahaan. Tingginya jumlah penyewaan kapal tentu saja memiliki dampak yang baik terhadap perusahaan diantaranya adalah tingginya pendapatan yang diterima perusahaan tersebut.

Namun, untuk mempertahankan bahkan meningkatkan volume penyewaan kapal diperlukan strategi pemasaran oleh perusahaan. Perencanaan strategi pemasaran tidak bisa dilepaskan dari sisi konsumen, dikarenakan konsumen itulah yang memiliki peran penting yaitu konsumen menjadi alat ukur penentuan keberhasilan suatu barang ataupun jasa yang ditawarkan. Bisnis agar bisa berkembang tentunya harus bisa menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Hal lain yang bisa dilakukan agar konsumen tetap setia (loyal) memilih produk yang ditawarkan

adalah memberikan kepuasan produk berupa barang maupun jasa yang produsen hasilkan.

Kotler mengatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri item alat pemasaran, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (4P) (Riski Putri Anjayani dan Intan Rike Febriyanti, 2022). *Marketing mix* itu pemasar gunakan agar produk miliknya bisa masuk target market atau pasar sasaran. Sebagai negara yang sedang berkembang, Indonesia memiliki perusahaan di bidang perairan salah satunya di area Kendari dan Maluku Utara. Semakin lama penyewaan kapal semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan perusahaan di area Kendari dan Maluku Utara seperti perusahaan yang memuat nikel, dengan tingginya permintaan dari *shipper* khususnya perusahaan untuk menjalankan usahanya dengan menggunakan tongkang. Adanya keuntungan yang menjanjikan menyebabkan meningkatnya persaingan dalam penyewaan kapal tunda dan tongkang. Kapal tunda sendiri ialah jenis kapal yang fungsinya untuk mendorong atau menarik kapal besar seperti tongkang. Dalam menghadapi persaingan ini, setiap perusahaan jasa penyewaan kapal telah mengambil berbagai langkah untuk terus memasarkan jasanya.

PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk yaitu salah satu dari perusahaan swasta yang berada di Indonesia dimana bergerak dibidang penyewaan kapal salah satunya kapal tunda dan tongkang. PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sepenuhnya dikelola oleh tenaga ahli muda Indonesia yang profesional menekuni bidang jasanya. PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sebagai

penyedia jasa logistik awal mula menerapkan sistem penyewaan kapal *time charter* di area Kendari dan Maluku Utara, hal itu dikarenakan di area Kendari dan Maluku Utara masih jarang sekali ada kapal yang ingin masuk ke area tersebut, disebabkan area yang terbatas sehingga masih susah saat akan melakukan perbaikan, *supply* bahan bakar, *fresh water* dan lain sebagainya. Selain itu ada beberapa pertimbangan yang membuat PT. Mitrabahtera Segara Sejati, Tbk menerapkan sistem *time charter*, di antaranya kita sebagai *owner* tidak perlu lagi memenuhi kebutuhan kapal yang disewakan dan jika dalam kontrak ada perbaikan akan di bebaskan kepada pencharter.

Adapun grafik penyewaan kapal tunda dan tongkang pada PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara selama tiga tahun terakhir ialah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Jumlah Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT.

Mitrabahtera Segara Sejati Tbk

Sumber: PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk, 2021

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa jumlah permintaan penyewaan sistem *time charter* kapal tunda dan tongkang mengalami penurunan selama 3 tahun terakhir. Oleh karena itu, PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk menyadari bahwa bauran pemasaran ialah salah satu strategi guna menghadapi ketatnya pesaingan di dunia penyewaan kapal tunda dan tongkang. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan pengamatan serta perencanaan strategi yang lebih matang mengenai teori bauran pemasaran.

Peneliti menggunakan dua alat pemasaran saja yaitu produk dan harga. Sehingga didasarkan pada latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan berjudul “PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN KAPAL TUNDA DAN TONGKANG PT. MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK DI AREA KENDARI DAN MALUKU UTARA”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan apa yang sudah dijabarkan di latar belakang, maka peneliti mengambil sejumlah identifikasi masalah diantaranya :

1. Tingginya persaingan menyebabkan menurunnya jumlah penyewaan kapal tunda dan tongkang dengan sistem *time charter* di PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk khususnya area Kendari dan Maluku Utara selama tiga tahun terakhir.
2. Penerapan konsep bauran pemasaran produk dan harga pada PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk.

C. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas, untuk itu peneliti membatasi penelitian sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X) yang diteliti adalah sebagai berikut :
 - a. Variabel produk menjadi X_1
 - b. Variabel harga menjadi X_2
2. Variabel terikat (Y) yang diteliti adalah keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang.
3. Responden yang diteliti yaitu 38 orang perwakilan perusahaan pengguna jasa penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitrahaftera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

D. Rumusan Masalah

Didasarkan pada cakupan masalah tersebut, untuk itu rumusan masalahnya ialah sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitrahaftera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitrahaftera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara?
3. Apakah produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitrahaftera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang peneliti ingin capai dalam melakukan penelitian ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitra Bahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitra Bahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang di PT. Mitra Bahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

F. Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian tersebut, adapun manfaat penelitiannya ialah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yakni manfaat yang tujuannya untuk pengembangan ilmu ataupun hal-hal akademis, yang artinya manfaat dalam penelitian ini guna mengembangkan beragam ilmu telah diteliti dari segi teoritis.

Peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan sumbangsih pemikiran serta literatur guna meningkatkan ilmu pengetahuan bagi

pembaca terutama hal pengaruh bauran pemasaran produk dan harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah penjabaran dari manfaat guna menyelesaikan masalah yang ada pada sebuah penelitian secara praktis. Dasar manfaat praktis ialah bagaimana masalah yang ada pada sebuah penelitian berusaha dipecahkan ataupun diselesaikan.

Dari penjelasan diatas, kesimpulannya bahwa manfaat praktis untuk perusahaan pelayaran yang bergerak dibidang yang sama ialah sebagai tolak ukur untuk mempertimbangkan hal-hal yang bermanfaat pada setiap pengambilan kebijakan serta menjadi bahan referensi untuk memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan pengaruh produk dan harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teori

1. Produk

a. Pengertian Produk

Kotler & Armstrong menjabarkan jika produk yaitu segala sesuatu yang bisa produsen tawarkan pada pasar agar menerima perhatian dari konsumen untuk dibeli, dipergunakan ataupun dikonsumsi dan dapat memberi konsumen rasa puas atas keinginan serta kebutuhannya. Sedangkan Tjiptono mengatakan produk ialah pemahaman produsen mengenai sesuatu hal sebagai usaha guna pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen (Rahmawati dan Aulawi, 2020).

Berdasarkan pendapat tersebut, kesimpulannya bahwa produk ialah segala bentuk apapun yang produsen tawarkan pada konsumen untuk dicari, diperhatikan, diminta, dibeli dan dikonsumsi oleh pasar guna pemenuhan keinginan serta kebutuhannya.

b. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler (dalam Santosa, 2017) menunjukkan bahwa produk dikategorikan dalam beberapa bagian, yaitu :

- 1) Berdasarkan wujudnya, terdapat dua kategori utama yang mengklasifikasikan produk, diantaranya :
 - a) Barang adalah produk berupa fisik, yang dapat dilihat, disentuh, dipegang, dirasa, dipindahkan, disimpan serta kontak fisik lain.
 - b) Jasa adalah sebuah kegiatan, manfaat ataupun sesuatu yang dijual ke konsumen guna pemenuhan kepuasan mereka.
- 2) Berdasarkan aspek daya tahannya, produk dibagi menjadi dua kategori, diantaranya :
 - a) Barang tidak tahan lama, ialah produk yang dibuat tidak tahan lama dan hanya dapat digunakan beberapa kali sebelum benar-benar habis dan dibuang.
 - b) Barang tahan lama, ialah produk terutama barang fisik yang seringkali memiliki ketahanan lama dan beberapa kali kegunaan.
- 3) Berdasarkan tujuan dikonsumsi yaitu berdasarkan siapa konsumen serta kegunaan produk tersebut, produk dikategorikan dalam dua kelompok, diantaranya :

- a) Barang konsumsi, dianggap sebagai barang konsumsi jika suatu produk yang dipasarkan ke konsumen tidak memerlukan pemrosesan lebih sebelum digunakan.
- b) Barang industri, yaitu barang yang masih perlu diproses kembali guna memperoleh manfaat tertentu.

c. Atribut Produk

Menurut Kotler dan Amstrong mendefinisikan atribut produk ialah sebagai proses penciptaan barang maupun jasa yang melibatkan pemilihan keunggulan yang akan ditawarkan.

Komponen atribut ialah sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk, produk dianggap berkualitas baik jika berhasil memenuhi tujuan yang diharapkan.
- 2) Fitur produk, suatu produk dihadirkan dengan berbagai pilihan, atau fitur. Dengan menciptakan beberapa fitur baru, bisnis akan dapat berkembang lebih maju.
- 3) Desain produk, merancang produk yang unik atau menonjol dari pesaing bermanfaat untuk meningkatkan nilai suatu produk bagi konsumen (Suparyanto dan Rosad, 2020).

2. Harga

a. Pengertian Harga

Kotler & Amstrong (dalam Gunarsih, Kalangi, dan Tamengkel, 2021) menyebutkan pengertian harga ialah jumlah uang tertentu yang konsumen tukarkan guna mendapatkan sebuah

barang maupun jasa dengan membayarkannya ke produsen sebagai imbalan atas nilai yang mereka terima dari transaksi tersebut.

Berdasarkan pendapat Alma menyatakan harga adalah ukuran atau satuan moneter lain yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan serta penggunaan sebuah jasa ataupun barang. Sedangkan Hasan menyebutkan harga yakni biaya moneter dalam bentuk apapun yang harus konsumen rela bayarkan guna mendapatkan, memiliki, dan memanfaatkan suatu barang serta manfaat produknya (Istiyanto, Hendratmoko, dan Mutmainah, 2015).

Salah satu penentu dari keberhasilan sebuah perusahaan ialah harga, sebab harga sebagai penentu sebesar apa laba yang hendak didapatkan perusahaan dari terjualnya produk berupa barang ataupun jasa miliknya.

Singkatnya, bahwa harga merupakan biaya yang harus konsumen bayar guna mendapatkan produk barang ataupun jasa.

b. Konsep Peranan Harga

Fandy Tjiptono (dalam Secapramana, 2017) mengatakan pada proses pengambilan keputusan para pembeli, harga mempunyai dua peranan utama diantaranya :

- 1) Peranan alokasi dari harga, harga yang membantu konsumen dalam mengambil keputusan bagaimana

mendapatkan hasil maksimal dari produk yang diinginkan berdasarkan daya beli mereka sendiri. Oleh karena itu, Konsumen dapat menggunakan daya beli mereka secara lebih efektif dengan mengetahui harga barang dan jasa yang berbeda. Konsumen akan melakukan perbandingan pada berbagai harga yang ada lalu memutuskan alokasi yang diinginkan.

- 2) Peranan informasi dari harga, adalah nilai harga untuk menginformasikan pelanggan tentang suatu produk seperti kualitasnya. Ini berguna pada kondisi dimana pelanggan kesulitan mengevaluasi produk serta manfaatnya.

c. Tujuan Penetapan Harga

Dalam penetapan harga, terdapat empat tujuan yaitu diantaranya :

- 1) Tujuan berorientasi pada laba

Menurut asumsi teori ekonomi klasik mengatakan jika semua perusahaan pasti akan menetapkan harga yang mendatangkan keuntungan maksimal bagi mereka. Hal ini bertujuan untuk maksimisasi laba. Di era persaingan sekarang ini, kondisi menjadi sangat kompleks dan banyak faktor yang menguji kemampuan perusahaan untuk bersaing. Sulitnya memaksimalkan keuntungan dikarenakan sangat sulitnya memperkirakan ketetapan

jumlah penjualan yang bisa diraih dalam tingkatan harga tertentu. Oleh karena itu, dirasa tidak mungkin jika pebisnis dapat memprediksi dengan tepat tingkat harga mampu meraup keuntungan maksimal.

2) Tujuan berorientasi pada volume

Istilah lain dari tujuan mengarah pada volume ialah *volume pricing objectives*, merupakan harga yang ditentukan supaya mampu memenuhi target penjualan, nilai penjualan serta pangsa pasar.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Reputasi perusahaan mampu dibentuk oleh cara penentuan harganya. Guna membentuk serta mempertahankan citranya, perusahaan akan menetapkan harga yang tinggi untuk produknya. Disisi lain, harga yang rendah dapat menggambarkan citra tertentu, contohnya dengan pemberian jaminan jika harga tersebut ialah harga yang paling rendah dari suatu daerah tertentu. Intinya, harga tinggi ataupun rendah dimaksudkan guna membentuk persepsi konsumen pada keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4) Tujuan stabilisasi harga

Jika satu perusahaan menurunkan harganya di pasar yang sangat kompetitif, perusahaan lain kemungkinan akan

mengikutinya. Stabilisasi berusaha untuk memperbaiki harga sedemikian rupa sehingga mereka tetap relatif stabil menentukan harga suatu perusahaan dengan harga pasar teratas.

5) Tujuan lain

Penetapan harga guna menghalangi masuknya pesaing, menjaga kesetiaan konsumen, mengusahakan penjualan ulang, ataupun melindungi keterlibatan pemerintah.

d. Faktor-faktor Penetapan Harga

Tjiptono (dalam Halimah dan Yanti, 2020) mengatakan terdapat dua faktor yang berpengaruh pada penetapan harga, diantaranya adalah faktor internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan.

1) Faktor-faktor internal :

- a) Sasaran pemasaran, memiliki tujuan untuk meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, memastikan kelangsungan keberadaan perusahaan, memantapkan kualitas kepemimpinan, serta mengungguli para pesaing, menjalankan tanggung jawab dan lain sebagainya.
- b) Strategi bauran pemasaran, harga hanya menjadi komponen dari bauran pemasaran. Mengingat

penetapan harga harus sejalan dengan komponen bauran pemasaran lain (produk, lokasi, serta promosi).

c) Struktur biaya, untuk menghindari kerugian perusahaan harus menetapkan harga minimal untuk sebuah produk supaya perusahaan tidak dirugikan.

d) Pertimbangan organisasi, perusahaan harus menghadapi tantangan penetapan harga, serta manajemen harus menentukan siapa dalam bisnis yang harus menetapkan harga.

e. Metode Penetapan Harga

Macam metode penetapan harga menurut Suwarman et al terdiri dari :

- 1) *Cost-plus pricing*, merupakan prosedur penetapan harga sangat sering diterapkan sebab terdapat kesulitan dalam memprediksi kinerja perusahaan secara akurat.
- 2) *Customer-driven pricing*, merupakan prodesur yang dibuat produsen berdasarkan seberapa banyak konsumen yang memutuskan untuk membayar produk mereka.
- 3) *Share-driven pricing*, merupakan memenangkan pangsa pasar sehingga mampu mendapatkan keuntungan yang maksimal (Batubara dan Hidayat 2016).

f. Strategi Penetapan Harga

Menurut Swastha (dalam Suparyanto dan Rosad, 2020) harga ialah sejumlah uang yang diperlukan untuk membeli serangkaian produk serta pelayanan tertentu. Umumnya penjual menetapkan harga untuk kombinasi antara :

- 1) Barang serta jasa tertentu yang berperan sebagai objek transaksi.
- 2) Beberapa pelayanan pelengkap.
- 3) Keuntungan menggunakan produk yang bersangkutan.

g. Indikator Harga

Kotler menyebutkan indikator-indikator harga ialah sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan harga

Konsumen ingin diyakinkan untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan biaya yang masuk akal. Biasanya, konsumen membeli untuk apa yang mereka mampu beli.

- 2) Ketersesuaian harga dengan kualitas produk

Ketika suatu produk diberi harga yang sesuai, pelanggan akan membelinya tanpa ragu-ragu. Jika kualitas suatu produk cukup bagus, konsumen mungkin bersedia mengabaikan harganya yang relatif tinggi. Akan tetapi

konsumen lebih mengharapkan produk yang tinggi kualitas dan harga yang terjangkau.

3) Daya saing harga

Agar dapat bersaing dipasaran, perusahaan harus menentukan harga jual produknya dengan mempertimbangkan harga yang dijual oleh pesaingnya.

4) Keteresuaian harga dengan manfaat

Keteresuaian harga dengan manfaat ialah bentuk yang dilakukan dalam kemanfaatan yang telah dicapai produk untuk konsumen. Harga yang sesuai dengan manfaat akan memberikan kemudahan konsumen dalam menikmati dari kemanfaatan pada produk tersebut (Xian, Gou Li 2016).

3. Keputusan Penyewaan

a. Pengertian Penyewaan

Sewa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia) ialah penggunaan sesuatu dengan membayar sejumlah uang karena menggunakan atau meminjamkan sesuatu (Purnama Sari dan Wijanarko, 2020).

Penyewaan merupakan pengalihan hak sementara untuk menggunakan barang dan jasa tertentu dari pihak pemilik barang ke pihak penyewa dengan membayar sejumlah uang dari pihak

penyewa ke pihak pemilik barang berdasarkan perjanjian yang telah disepakati keduanya (Chandra, 2016).

Kesimpulannya bahwa penyewaan ialah peminjaman sementara suatu barang maupun jasa sesuai perjanjian dan yang disepakati dan pembayaran sejumlah uang antara penyewa kepada pemilik barang.

b. Pengertian Keputusan Pembelian

Setiadi mengatakan bahwa keputusan pembelian ialah proses memadukan sikap pengetahuan yang bertujuan untuk menilai dua ataupun lebih perilaku alternatif, serta memilih salah satunya. Adapun Kotler menyebutkan keputusan pembelian ialah tahapan konsumen dalam mengevaluasi terhadap sebuah pilihan sehingga berada ditahap pembelian suatu barang ataupun jasa (Sobandi dan Somantri, 2020).

Jadi dapat disimpulkan, keputusan pembelian adaah tindakan yang konsumen lakukan pada tahap membeli suatu barang ataupun jasa.

c. Indikator-indikator Keputusan Pembelian

- 1) Kemantapan membeli suatu produk saat sudah mengetahui informasi dari produk tersebut.
- 2) Memutuskan untuk membeli karena keinginan dan kebutuhan.
- 3) Membeli karena paling menyukai merek tersebut.

- 4) Memutuskan membeli sebab sudah mendapatkan rekomendasi dari orang lain (Assegaf, 2022).

d. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian

Kotler (dalam Sobandi dan Somantri, 2020) menyebutkan tahap-tahap pada proses keputusan pembelian ialah sebagai berikut :

- 1) Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah ialah tahapan awal yang mana konsumen akan memahami kebutuhannya akan suatu produk atau jasa. Kebutuhan ini dapat muncul dari rangsangan luar maupun dalam konsumen.

- 2) Pencarian Informasi

Sumber yang konsumen dapatkan berasal dari beragam sumber, diantaranya :

- a) Sumber pribadi : keluarga, tetangga, teman, kenalan.
- b) Sumber komersil : periklanan, penyalur, tenaga penjual, pameran, kemasan.
- c) Sumber publik : organisasi konsumen, media massa.
- d) Sumber eksperensial : pernah menangani, menguji dan pernah menggunakan produk tersebut.

- 3) Evaluasi Alternatif

Tahapan selanjutnya ialah pencarian informasi, kemudian konsumen mempunyai beragam pilihan serta

alternatif yang mereka gunakan sebagai penyelesaian masalah atas kebutuhannya.

4) Keputusan Pembelian

Ditahap ini dimulai dengan tahapan evaluasi alternatif yang terlihat dari atribut-atribut yang ada di produk atau jasa tersebut. Dari indikasi tersebut konsumen akan membuat pilihan, tetapi terdapat dua faktor yang berpengaruh pada pilihan konsumen, yakni pendapat orang lain serta keburukan suatu produk ataupun jasa.

5) Perilaku Setelah Pembelian

Terdapat beberapa tingkatan kepuasan atau tidaknya konsumen setelah membeli suatu produk atau jasa. Jika merasa puas konsumen akan membeli ulang pada produk atau jasa itu sehingga mengetahui perasaan serta perilaku konsumen pasca melakukan pembelian dirasa sangat perlu diketahui oleh perusahaan.

e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Kotler & Keller menyebutkan faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan pembelian yakni sebagai berikut :

1) Faktor Budaya

Perilaku konsumen paling kuat dan paling banyak dipengaruhi oleh faktor budaya. Keluarga dan institusi

penting lainnya adalah sumber utama keyakinan, nilai, dan kebiasaan inti seseorang.

2) Faktor Sosial

Keputusan konsumen dapat dipengaruhi dari lingkaran sosial mereka, termasuk teman, keluarga, posisi serta status sosial mereka.

3) Faktor Pribadi

Karakteristik pribadi ialah usia pembeli, tahapan dalam siklus hidup, kondisi keuangan, pekerjaan, kepribadian dan gaya hidup pembeli dapat berpengaruh pada keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk.

4) Faktor Psikologis

Kebutuhan psikologis seseorang adalah kebutuhan untuk diakui dan diterima oleh orang-orang disekitarnya, yang timbul karena kondisi fisik tertentu seperti harga diri (Verina, Yulianto dan Latief, 2014).

4. Kapal Tunda dan Tongkang

a. Pengertian Kapal Tunda

Kapal tunda merupakan suatu jenis kapal pandu dimana biasanya dipergunakan untuk mendorong atau menarik kapal besar lain. Umumnya kapal tunda dipakai mengarahkan kapal besar yang hendak bersandar ke pelabuhan atau berlabuh dari pelabuhan serta melayani kapal yang mengangkut hasil tambang.

Kapal tunda mempunyai pergerakan yang baik sehingga diperlukan membantu kapal-kapal besar yang pergerakannya terbatas, jalur yang di lalui kapal tunda umumnya cukup sulit seperti laut dangkal berkarang, sungai kecil yang berliku sampai laut luas antar pulau besar (Rizky, Mulyatno dan Joko Sisworo, 2016).

b. Pengertian Tongkang

Tongkang ialah tipe kapal yang memiliki tipe lambung datar atau kotak besar terapung. Tongkang mampu mengangkut muatan atau barang menjadi dermaga terapung. Tongkang dapat berpindah dengan ditarik oleh kapal tunda.

1) Karakteristik tongkang, adalah sebagai berikut :

- a) Tongkang hanya membawa barang diatas geladak.
- b) Memiliki perbandingan tinggi serta lebar kapal tidak melebihi dari 3,0.
- c) Memiliki *block coefficient* 0,9 ataupun lebih (Papalangi et al, 2015).

B. Definisi Operasional

Sugiyono (dalam Mahmudah, 2016) menyebutkan operasional variabel merupakan sebuah nilai, sifat, atribut, orang atau kegiatan dari obyek, yang memiliki tipe tertentu yang ditetapkan peneliti guna diamati lalu ditetapkan kesimpulannya.

Dibawah ini yaitu tabel penjelasan variabel berserta operasionalnya sebagai berikut :

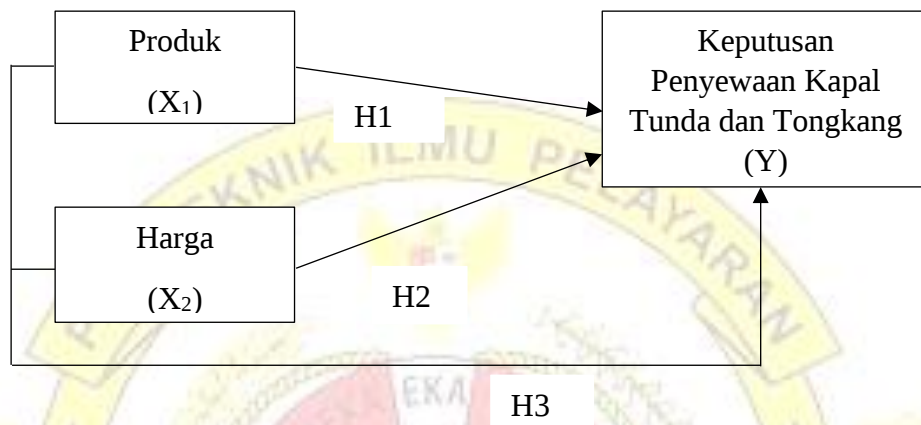
Tabel 2.1 Definisi Operasional

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
1.	Produk (X_1)	Produk merupakan segala bentuk apapun yang bisa ditawarkan kepasar supaya mendapatkan perhatian konsumen untuk di beli, digunakan serta dikonsumsi dan juga memberikan kepuasan atas keinginan dan kebutuhan konsumen. (Kotler & Amstrong, 2020)	1. Kompetensi awak kapal 2. Ketahanan mesin 3. Hemat bahan bakar
2.	Harga (X_2)	Harga yaitu biaya moneter dalam bentuk apapun yang harus konsumen rela bayarkan guna mendapatkan, memiliki, dan memanfaatkan suatu barang serta manfaat produknya. (Hasan, 2015)	1. Keterjangkauan harga 2. Ketersesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Ketersesuaian harga dengan manfaat
3.	Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)	Keputusan pembelian (penyewaan) ialah tahapan konsumen dalam mengevaluasi terhadap sebuah pilihan sehingga berada ditahap pembelian suatu barang ataupun jasa. (Kotler, 2020)	1. Kemudahan memperoleh informasi penyewaan 2. Kemudahan bertransaksi 3. Memberikan kepuasan dalam penyewaan

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah pentahapan atau pemaparan pikiran secara kronologi dalam penyelesaian inti masalah penelitian yang berdasar pada pemahaman konsep serta teori yang ditampilkan berbentuk alir.

Guna mengetahui apakah ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara, maka dilakukan penelitian terhadap variable produk dan harga.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Sumber Gambar : Peneliti

D. Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Diduga secara parsial ada pengaruh signifikan dari variabel produk terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.
2. Diduga secara parsial ada pengaruh signifikan dari variabel harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

3. Diduga secara simultan ada pengaruh signifikan dari variabel produk dan harga terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil pembahasan terhadap penelitian Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara bisa disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara, dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai $t_{hitung} (3,149) > t_{tabel} (2,030)$. Indikator kompetensi awak kapal memberikan pengaruh yang paling besar diantara indikator ketahanan mesin dan hemat pemakaian bahan bakar dalam mempengaruhi keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.
2. Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara, dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai $t_{hitung} (2,640) > t_{tabel} (2,030)$. Indikator harga sewa sesuai dengan manfaat yang diberikan berpengaruh lebih besar dibandingkan indikator keterjangkauan harga, harga sewa sesuai dengan kualitas yang diberikan dan persaingan harga yang kuat dalam

mempengaruhi keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

3. Variabel produk dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara, dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai F_{hitung} (51,351) > F_{tabel} (3,26). Indikator kepuasan dalam penyewaan berpengaruh lebih besar dibandingkan indikator kemudahan memperoleh informasi penyewaan dan kemudahan bertransaksi dalam mempengaruhi keputusan penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk di area Kendari dan Maluku Utara.

B. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang peneliti hadapi dalam menyusun penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini, karena keterbatasan fasilitas serta interaksi dengan responden secara langsung, maka peneliti menggunakan *google form* untuk menyebarkan kuesionernya.
2. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini memakai *google form*, oleh karena itu peneliti tidak dapat memastikan tingkat pemahaman serta kesungguhan responden dalam menjawab seluruh pernyataan yang diajukan.

C. Saran

Setelah mengetahui hasil penelitian, untuk itu peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Pada variabel produk, hendaknya PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk khususnya untuk penyewaan kapal tunda dan tongkang di area Kendari dan Maluku Utara untuk penyewaan kapal tunda dan tongkang di area Kendari dan Maluku Utara terus meningkatkan kualitas ketahanan mesinnya, sehingga produktivitas kapal menjadi lebih stabil.
2. Pada variabel harga, hendaknya PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk khususnya untuk penyewaan kapal tunda dan tongkang di area Kendari dan Maluku Utara lebih memperhatikan daya saing harganya, sehingga mampu bersaing dipasaran.
3. Pada variabel produk dan harga, hendaknya PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk khususnya untuk penyewaan kapal tunda dan tongkang di area Kendari dan Maluku Utara mengevaluasi segala hal yang menjadi penyebab turunnya tingkat penyewaan dari tahun ke tahun, sehingga frekuensi penyewaan kapal dapat lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, A. R. (2022). *Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Penyewaan Virtual Office Pt . Multi Energi Selaras (Meso)*. 23(3), 557–565.
- Bahruzen, M., D, D. K., & Nugraha, P. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel*. Jurnal Perspektif Bisnis, 3(1), 33–43.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines*. Ilman, 4(1), 14.
- Chandra, J. (2016). *Rancang Bangun Aplikasi Penyewaan Mobil Online Di PT. Bandung Era Sentra Talenta*. Jurnal Teknologi Dan Informasi, 6(11), 36–48.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017*. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 2(2), 340–350.
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*. Ekonomi Bisnis, 17(1), 1–12.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. Productivity, 2(1), 69–72.
- Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto*. Jurnal Ecoment Global, 5(1), 70.
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19–28.
- Ismunarti, D. H., Zainuri, M., Sugianto, D. N., & Saputra, S. W. (2020). *Pengujian Reliabilitas Instrumen Terhadap Variabel Kontinu Untuk Pengukuran Konsentrasi Klorofil- A Perairan*. Buletin Oseanografi Marina, 9(1), 1–8.
- Istiyanto, B., Hendratmoko, C., & Mutmainah, H. (2015). *Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil Di Surakarta*. Gema, 49, 1569–1581.
- Laiya, R. A. R., Jan, A. H., & Pondaag, J. (2018). *Pengaruh Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja Manajerial pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4), 2658–2667.
- Lolang, En. (2014).) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini

merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.

Mahmudah, H. (2016). *Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan Pada Cv. Akbar*. *Jurnal Ekbis*, 16(2), 6.

Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

Martinus, E. (2016). *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Devina Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.

Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. *Agora*, 7(2), 1–5.

Nur Fauziah, D., Ayu Nur Wulandari, D., Informasi, S., Akuntansi, K., Nusa Mandiri Jakarta, S., & BSI Karawang, A. (2018). *Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.Com Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180.

Papalangi, F., Mulyatno, I. P., Manik, P., Teknik, F., & Diponegoro, U. (2015). *Studi Perancangan Tongkang Pengangkut Limbah Batubara Di Pltu Tanjung Jati B Jepara*. *Jurnal Teknik Perkapalan*, 3(2), 222–229.

Pramesti, M. A. D., Sunarsih, N. M., & Dewi, N. P. S. (2020). *Pengaruh Pengendalian Internal, Komitmen Organisasi, dan Kompensasi dalam Pencegahan Fraud Pengadaan Barang pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Badung Mangusada*. *Jurnal Kharisma*, 2(2), 78–95.

Purnama Sari, D., & Wijanarko, R. (2020). *Implementasi Framework Laravel pada Sistem Informasi Penyewaan Kamera (Studi Kasus di Rumah Kamera Semarang)*. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 32.

Purnia, D. S., Adiwisastira, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). *Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website*. *EVOLUSI : Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2).

Rahmawati, A., & Aulawi, H. (2020). *Dampak Penerapan Segmentation , Targeting , Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional*. *Administrasi Kantor*, 8(2), 209–222.

Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)*. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.

Rizky, A. P., Mulyatno, I. P., & Joko Sisworo, S. (2016). *Analisa Fatigue Kontruksi Main Deck sebagai Penumpu Towing Hook akibat Beban Tarik pada Kapal*

Tug Boat 2 x 800 HP dengan Metode Elemen Hingga. Jurnal Teknik Perkapalan, 4(1), 190–198.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial*. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 279.

Santosa, A. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hasil Produksi “Tjiwi Kimia” di Surabaya Selatan*. Media Mahardhika, 9(3), 41–57.

Sari et al. (2022). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah, 4(2), 308–327.

Secapramana, V. (2017). *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. Unitas, 9(1), 30–43.

Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru)*. Jurnal Manajemen Tools, 7(1), 65–76.

Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Winter Journal, 1(1), 41–52.

Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). *Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online PT Go-Jek Indonesia*. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.

Susanto, N. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Penjualan PT Rembaka*. Agora, 7(1), 6–12.

Verina, E., Yulianto, E., & Latief, W. A. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook Yang Berlokasi Di Indonesia)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(1), 1–10.

Xian, Gou Li, dkk. (2011). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1), 660–669.

Lampiran 1 : Data Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT.

Mitrabahtera Segara Sejati, Tbk

No.	Tahun	Nama Kapal Tunda	Nama Tongkang	Jangka Waktu Sewa
1.	2019	Entebe Megastar 67	Finacia 100	50 Minggu
		Entebe Megastar 55	Bawal	52 Minggu
		Entebe Megastar 63	Bekil	49 Minggu
		Entebe Megastar 56	Finacia 106	47 Minggu
		Entebe Megastar 60	Finacia 110	51 Minggu
		Megastar 80	Finacia 101	48 Minggu
		Megastar 81	Finacia 105	50 Minggu
		Entebe Megastar 53	Finacia 103	46 Minggu
		Megapower 19	Finacia 75	51 Minggu
		Segara Sejati 3	Finacia 87	48 Minggu
		Entebe Emerald 68	Finacia 88	50 Minggu
		Michelle 219-07	SS 2501	46 Minggu
		Entebe Power 1	SS 2502	49 Minggu
		Entebe Star 27	Finacia 86	48 Minggu
		Celebes Sejati 1	Finacia 69	52 Minggu
		Entebe Power 10	Finacia 83	51 Minggu
		Megapower 12	Finacia 70	50 Minggu
		Entebe Star 31	Finacia 201	47 Minggu
		Surya Segara 3	Finacia 71	49 Minggu
		Entebe Star 29	Finacia 96	48 Minggu
		Ocean Power 20	Bahtera 3005	51 Minggu
		Entebe Star 28	Finacia 92	47 Minggu
		Michelle 219-08	Finacia 90	45 Minggu
		Megapower 18	Finacia 58	50 Minggu
		Entebe Star 71	Finacia 72	48 Minggu
		Entebe Megastar 65	Finacia 61	52 Minggu
2.	2020	Entebe Megastar 67	Finacia 100	48 Minggu
		Entebe Megastar 55	Bawal	48 Minggu
		Entebe Megastar 63	Bekil	50 Minggu
		Entebe Megastar 56	Finacia 106	44 Minggu
		Entebe Megastar 60	Finacia 110	50 Minggu
		Megastar 80	Finacia 101	46 Minggu
		Megastar 81	Finacia 105	48 Minggu
		Entebe Megastar 53	Finacia 103	44 Minggu
		Megapower 19	Finacia 75	50 Minggu
		Segara Sejati 3	Finacia 87	48 Minggu
		Entebe Emerald 68	Finacia 88	47 Minggu
		Michelle 219-07	SS 2501	44 Minggu

		Entebe Power 1	SS 2502	46 Minggu
		Entebe Star 27	Finacia 86	49 Minggu
		Celebes Sejati 1	Finacia 69	49 Minggu
		Entebe Power 10	Finacia 83	50 Minggu
		Megapower 12	Finacia 70	46 Minggu
		Entebe Star 31	Finacia 201	48 Minggu
		Surya Segara 3	Finacia 71	47 Minggu
		Entebe Star 29	Finacia 96	46 Minggu
		Ocean Power 20	Bahtera 3005	49 Minggu
		Entebe Star 28	Finacia 92	50 Minggu
		Michelle 219-08	Finacia 90	46 Minggu
		Megapower 18	Finacia 58	48 Minggu
		Entebe Star 71	Finacia 72	46 Minggu
		Entebe Megastar 65	Finacia 61	50 Minggu
3.	2021	Entebe Megastar 67	Finacia 100	48 Minggu
		Entebe Megastar 55	Bawal	45 Minggu
		Entebe Megastar 63	Bekil	49 Minggu
		Entebe Megastar 56	Finacia 106	44 Minggu
		Entebe Megastar 60	Finacia 110	46 Minggu
		Megastar 80	Finacia 101	45 Minggu
		Megastar 81	Finacia 105	48 Minggu
		Entebe Megastar 53	Finacia 103	41 Minggu
		Megapower 19	Finacia 75	48 Minggu
		Segara Sejati 3	Finacia 87	45 Minggu
		Entebe Emerald 68	Finacia 88	47 Minggu
		Michelle 219-07	SS 2501	42 Minggu
		Entebe Power 1	SS 2502	45 Minggu
		Entebe Star 27	Finacia 86	46 Minggu
		Celebes Sejati 1	Finacia 69	47 Minggu
		Entebe Power 10	Finacia 83	50 Minggu
		Megapower 12	Finacia 70	43 Minggu
		Entebe Star 31	Finacia 201	45 Minggu
		Surya Segara 3	Finacia 71	46 Minggu
		Entebe Star 29	Finacia 96	45 Minggu
		Ocean Power 20	Bahtera 3005	50 Minggu
		Entebe Star 28	Finacia 92	49 Minggu
		Michelle 219-08	Finacia 90	45 Minggu
		Megapower 18	Finacia 58	51 Minggu
		Entebe Star 71	Finacia 72	52 Minggu
		Entebe Megastar 65	Finacia 61	50 Minggu

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

13.05

WhatsApp

docs.google.com — Pribadi

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN KAPAL TUNDA DAN TONGKANG PT. MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK DI AREA KENDARI DAN MALUKU UTARA

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara

Ditempat.

Saya Silvia Anggraeni, taruni Program Studi D IV Tata Laksana Angkutan Laut dan Kepelabuhan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Pelayaran. Bersama ini saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden penelitian saya yang berjudul "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk di Area Kendari dan Maluku Utara".

Data yang bapak/ibu/saudara berikan tentu saja akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Data tersebut akan dijaga kerahasiaannya karena tidak disebarluaskan dan hanya akan menjadi bahan penelitian saya.

Demikian tujuan dari kuesioner ini saya buat. Saya ucapkan terimakasih atas perhatian dan partisipasinya.

Hormat Saya,

Silvia Anggraeni

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres. [Pelajari lebih lanjut](#)

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama *

Jawaban Anda

Nama Perusahaan *

Jawaban Anda

Rata-rata Intensitas Penyewaan Kapal *

☐ 1 Kali Seminggu

☐ 3 Kali Sebulan

☐ 2 Kali Sebulan

☐ 1 Kali Sebulan

13.07



docs.google.com — Pribadi

Produk (X1)

Pilihlah jawaban dengan skor sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Menurut saya kompetensi awak kapal PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sudah baik *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Menurut saya kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk memiliki ketahanan mesin yang baik *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Menurut saya kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk hemat dalam pemakaian bahan bakar *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

13.06

WhatsApp

docs.google.com — Pribadi

50

Harga (X2)

Pilihlah jawaban dengan skor sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Menurut saya harga sewa kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sangat terjangkau

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Menurut saya harga sewa kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Menurut saya harga sewa kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk memiliki persaingan harga yang kuat

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Menurut saya harga sewa kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk sesuai dengan manfaat yang diberikan

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

13.06

WhatsApp

docs.google.com — Pribadi

50

Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang

Pilihlah jawaban dengan skor sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Adanya kemudahan dalam memperoleh informasi penyewaan kapal tunda dan tongkang PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Adanya kemudahan dalam bertransaksi sehingga konsumen memilih PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk dibandingkan perusahaan lainnya *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

PT. Mitrabahtera Segara Sejati Tbk memberikan kepuasan dalam penyewaan kapal tunda dan tongkang yang ditawarkan *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kembali

Kirim

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

13.08

50

AA

docs.google.com



PENGARUH PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PENYEWAAN
KAPAL TUNDA DAN TONGKANG PT.
MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK DI
AREA KENDARI DAN MALUKU UTARA

Respons Anda telah dicatat

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir



Lampiran 3 : Hasil Kuesioner

No.	X1 1	X1 2	X1 3	X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	Y 1	Y 2	Y 3
1	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
6	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
7	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
8	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
9	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
10	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
11	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4
12	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
13	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
14	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4
15	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5
16	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
18	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
19	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4
20	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
24	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
27	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
28	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4
29	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
30	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
31	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4
32	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
36	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
37	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4
38	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4

Lampiran 4 : Daftar Responden

No Responden	Nama Perusahaan
R1	CV. Pelayaran Jaya Baru
R2	PT. Adaro Energy
R3	PT. Adipati Makmur Sejahtera
R4	PT. Anaga Abyudaya Ananta
R5	PT. Arga Morini Indah
R6	PT. Artha Daya Coalindo
R7	PT. Asian Bulk Logistics
R8	PT. Bartra Putra Mulia
R9	PT. Benoa Maritim Transport
R10	PT. Budi Gema Gempita
R11	PT. Cakrawala Nusa Bahari
R12	PT. Cemindo Gemilang
R13	PT. Cotrans Asia
R14	PT. Daidan Aditama Yaksa
R15	PT. Dana Artha Mining
R16	PT. Kaldera Energy Nusantara
R17	PT. Kemilau Sukses Abadi
R18	PT. Kideco Jaya Agung-Spot
R19	PT. Kyara Sukses Mandiri
R20	PT. Liken Mulia Kretayasa
R21	PT. Lintas Nawasena Mandiri
R22	PT. Makmur Lestari Primatama
R23	PT. Maritel Bahtera Abadi
R24	PT. Noble Resources International
R25	PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna
R26	PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna Pln Bb
R27	PT. Pelayaran Bharuna Samudera Persada
R28	PT. Putra Utama Sukses
R29	PT. Sentosa Laju Mineral
R30	PT. Satya Karya Mineral
R31	PT. Semesta Andalan Enery
R32	PT. Super Supply Chain
R33	PT. Tamtama Perkasa
R34	PT. Taraka Samudera Sejahtera
R35	PT. Tsingkun Dua Delapan
R36	PT. Unaaha Nikel Persada
R37	PT. Vantama Arja Persada
R38	PT. Walasuji Padmarin Nusantara

Lampiran 5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk (X1)	38	6.00	15.00	12.0000	1.73984
Harga (X2)	38	9.00	20.00	16.8158	2.35791
Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)	38	6.00	15.00	11.6316	1.80721
Valid N (listwise)	38				

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023

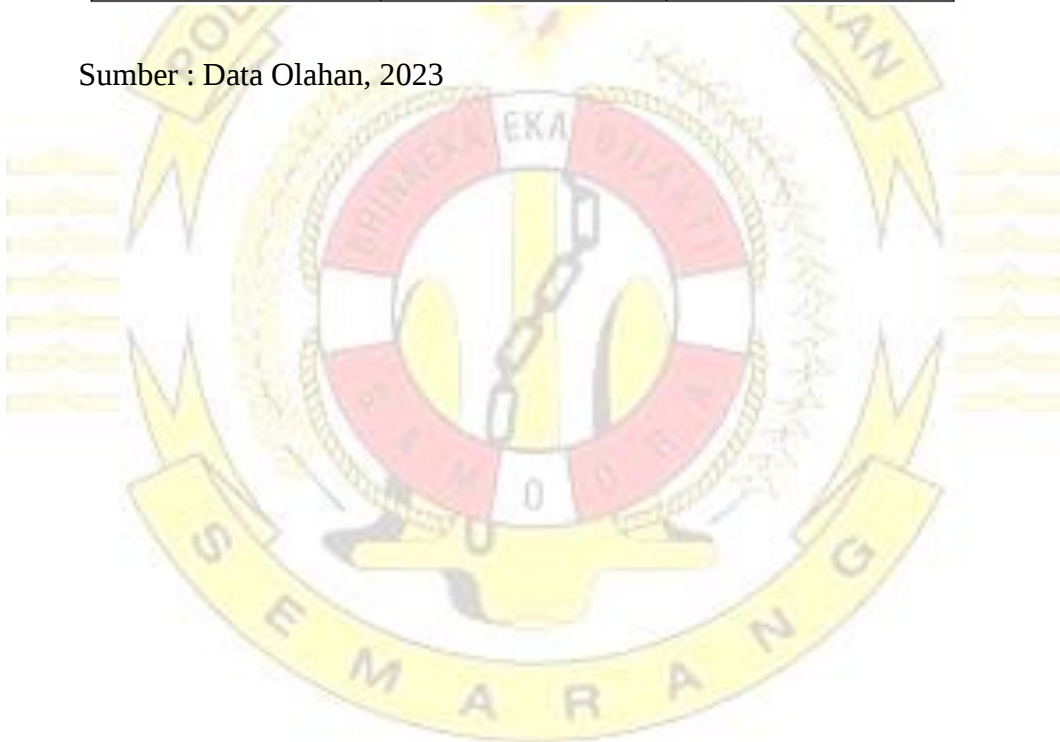


Lampiran 6 : Hasil Uji Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Intensitas Penyewaan Kapal

Rata-rata Intensitas Penyewaan Kapal	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1 Kali Seminggu	7	18,4%
3 Kali Sebulan	10	26,3%
2 Kali Sebulan	16	42,1%
1 Kali Sebulan	5	13,1%
Total Responden	38	100%

Sumber : Data Olahan, 2023



Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Produk (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.615**	.613**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	38	38	38	38
X1.2	Pearson Correlation	.615**	1	.544**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	38	38	38	38
X1.3	Pearson Correlation	.613**	.544**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	38	38	38	38
Produk (X1)	Pearson Correlation	.861**	.851**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.540**	.498**	.514**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.001	.000
	N	38	38	38	38	38
X2.2	Pearson Correlation	.540**	1	.546**	.577**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	38	38	38	38	38
X2.3	Pearson Correlation	.498**	.546**	1	.601**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	38	38	38	38	38
X2.4	Pearson Correlation	.514**	.577**	.601**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	38	38	38	38	38
Harga (X2)	Pearson Correlation	.775**	.827**	.815**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.749**	.650**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	38	38	38	38
Y.2	Pearson Correlation	.749**	1	.597**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	38	38	38	38
Y.3	Pearson Correlation	.650**	.597**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	38	38	38	38
Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)	Pearson Correlation	.901**	.895**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.828	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.91111202
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.130
	Negative	-.077
Test Statistic		.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolinearitas

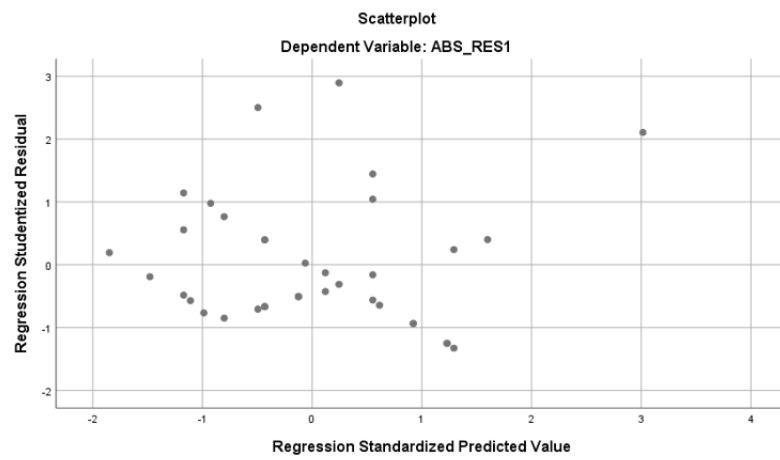
		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	.228	1.139		.200	.842	
	Produk (X1)	.509	.162	.490	3.149	.003	.300 3.334
	Harga (X2)	.315	.119	.411	2.640	.012	.300 3.334

a. Dependent Variable: Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)

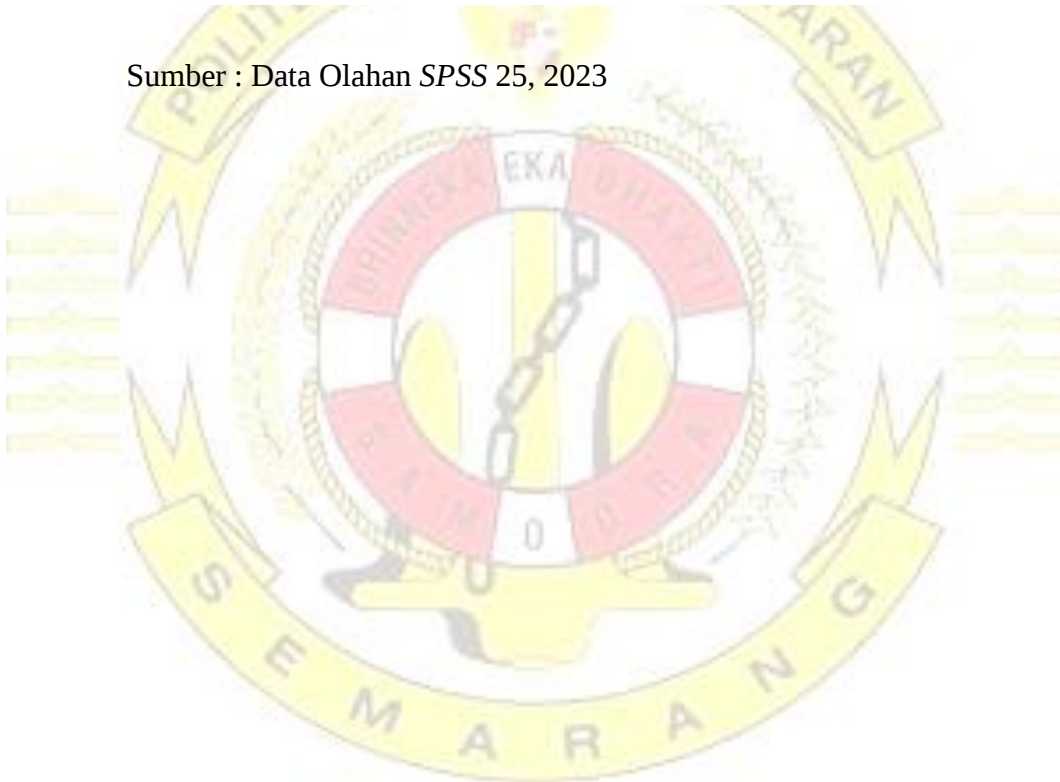
Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 11 : Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 12 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 ^a	.746	.731	.93678	1.843

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 13 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.228	1.139		.200	.842
	Produk (X1)	.509	.162	.490	3.149	.003
	Harga (X2)	.315	.119	.411	2.640	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 14 : Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.228	1.139		.200
	Produk (X1)	.509	.162	.490	.003
	Harga (X2)	.315	.119	.411	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 15 : Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.127	2	45.064	51.351	.000 ^b
	Residual	30.715	35	.878		
	Total	120.842	37			

a. Dependent Variable: Keputusan Penyewaan Kapal Tunda dan Tongkang (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Produk (X1)

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



Lampiran 16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.731	.93678

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Produk (X1)

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. Nama : Silvia Anggraeni
2. Tempat, Tanggal lahir : Bojonegoro, 29 Juni 2000
3. Alamat : Dsn. Kaligawe, Ds. Simorejo 12/05, Kec.
Kepohbaru, Kab. Bojonegoro
4. Agama : Islam
5. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Syamsudin
 - b. Ibu : Siti Kusriatun
6. Riwayat Pendidikan
 - a. SD Negeri Simorejo II
 - b. SMP Negeri 1 Kepohbaru
 - c. SMA Negeri 1 Sumberrejo
 - d. Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang
7. Pengalaman Praktek Darat (PRADA)
 - a. PT. Mitrahahtera Segara Sejati Tbk
(1 September 2021 – 1 Agustus 2022)