JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

Kualitas Layanan Pelabuhan terhadap Kepuasan, Loyalitas, dan Niat Rujukan Pelanggan: Pendekatan Model ROPMIS

Fitri Edhwar[1], Abror[2]*
[1,2] Universitas Negeri Padang, Indonesia
* E-mail: abror094@fe.unp.ac.id

Information Article
History Article
Submission: 31-10-2026
Revision: 20-11-2026
Published: 26-11-2026

DOI Article:
10.62421/jibema.v4i2.972

A B S T R A K

Kualitas layanan pelabuhan menjadi faktor penting dalam memenuhi harapan pengguna jasa dan membangun hubungan jangka panjang dalam industri kepelabuhanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas layanan pelabuhan berdasarkan model ROPMIS serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan niat rujukan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal terhadap 170 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Resources*, *Outcomes*, *Process*, *Management*, serta *Image and Social Responsibility* berhubungan positif dan signifikan dengan kualitas layanan pelabuhan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan niat rujukan pelanggan. Loyalitas pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berperan penting dalam memperkuat loyalitas serta mendorong pengguna jasa untuk merekomendasikan layanan pelabuhan kepada pihak lain.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Pelabuhan, ROPMIS, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Niat Rujukan Pelanggan.

A B S T R A C T

Port service quality is a key factor in meeting service users' expectations and building long-term relationships in the port industry. This study aims to analyze port service quality based on the ROPMIS model and its relationship with customer satisfaction, customer loyalty, and customer referral intent at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2, Teluk Bayur Branch, Padang. The study employed a quantitative approach using a causal method on 170 respondents selected via purposive sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4. The results indicate that the dimensions of Resources, Outcomes, Process, Management, and Image and Social Responsibility are positively and significantly related to port service quality. Service quality has a positive and significant effect on

Acknowledgment

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty and customer referral intent. Customer loyalty also has a positive and significant effect on customer referral intent. These findings indicate that service quality and customer satisfaction play a crucial role in strengthening loyalty and encouraging service users to recommend port services to others.

Keyword**:** *Service Quality, ROPMIS, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Customer Referral Intent.*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Pelabuhan memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran distribusi barang, perdagangan, dan aktivitas logistic (Phan et al., 2021) . Oleh karena itu, penyedia jasa kepelabuhanan perlu memastikan kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan pengguna jasa. Kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh kelancaran proses, efektivitas pengelolaan, serta citra dan tanggung jawab sosial perusahaan (Jamain et al., 2023).

Salah satu pendekatan untuk mengevaluasi kualitas layanan pelabuhan adalah model ROPMIS, yang mencakup lima dimensi, yaitu *Resources, Outcomes, Process, Management,* serta *Image and Social Responsibility* (Zhou & Suh, 2025). Kelima dimensi tersebut menggambarkan ketersediaan sumber daya, hasil dan proses pelayanan, pengelolaan operasional, serta citra perusahaan dan tanggung jawab sosial. Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu penilaian pengguna jasa terhadap kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima. Kepuasan tersebut selanjutnya dapat mendorong loyalitas dan niat rujukan pelanggan. Zhou & Suh (2025) mengkaji hubungan kualitas layanan pelabuhan dengan kepuasan, loyalitas, dan niat rujukan pelanggan. Sementara itu, Lee et al. (2022) menunjukkan bahwa pengalaman positif pelanggan dapat mendorong kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

Fenomena tersebut relevan dengan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang. Data aktivitas pelabuhan menunjukkan bahwa jumlah kapal bongkar muat interinsuler meningkat dari 1.391 kapal pada 2021 menjadi 1.468 kapal pada 2022, sedangkan volume barang meningkat dari 6.291.635 menjadi 6.941.988. Namun, data *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan penurunan kepuasan pelanggan dari 4,81 pada 2022 menjadi 4,71 pada 2023 dan 4,42 pada 2024, sebelum meningkat menjadi 4,65 pada 2025. Fluktuasi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi kualitas layanan untuk memahami pengalaman pengguna jasa dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

Meskipun penelitian kualitas layanan pelabuhan telah dilakukan, kajian yang mengintegrasikan model ROPMIS dengan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan niat rujukan pelanggan secara simultan masih perlu dikembangkan, khususnya pada Pelabuhan Teluk Bayur Padang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas layanan pelabuhan berdasarkan model ROPMIS serta menguji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas dan niat rujukan pelanggan, serta hubungan loyalitas pelanggan dengan niat rujukan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen jasa kepelabuhanan dan menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan serta mempertahankan hubungan dengan pengguna jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pelabuhan berdasarkan model ROPMIS terhadap kepuasan pelanggan, serta hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas dan niat rujukan pelanggan pada pengguna jasa PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Kualitas layanan pelabuhan diukur melalui lima dimensi ROPMIS, yaitu *Resources, Outcomes, Process, Management,* serta *Image and Social Responsibility*.

Populasi penelitian ini adalah pengguna jasa PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang. Sampel dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria responden yang bekerja pada perusahaan pengguna jasa pelabuhan, terlibat langsung dalam proses operasional atau administrasi pelayanan kepelabuhanan, memiliki pengalaman menggunakan layanan pelabuhan minimal satu kali dalam satu tahun terakhir, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Penelitian ini melibatkan 170 responden yang mewakili perusahaan pengguna jasa pelabuhan. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder digunakan sebagai data pendukung penelitian.

Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menilai hubungan antarvariabel. Pengujian model struktural mencakup koefisien determinasi (R^2), *effect size* (f^2), dan koefisien jalur (*path coefficients*). Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan memperhatikan nilai *T-statistic* dan *P-value*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *P-value* lebih kecil dari 0,05.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

Hipotesis

H1: *Resources* pelabuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2**:** *Outcomes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

H3**:** *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

H4**:** *Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

H5**:** *Image and Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

H6: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H7: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan pelanggan.

H8: Loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Convergent Validity

Dalam penelitian ini, pengujian convergent validity dilakukan pada model first-order dan second-order. Berikut hasil pengolahan uji instrument validitas konvergen outer loading dengan tabel sebagai berikut

Tabel 1 Hasil Pengujian Loading Factor

Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Factor
(2)	(1)		1
KL	R	R1	0,818
		R2	0,727
		R3	0,781
		R4	0,795
		R5	0,835
		R6	0,762
	O	O1	0,776
		O2	0,729
		O3	0,804
		O4	0,740
		O5	0,802
		O6	0,838
	P	P1	0,828
		P2	0,827
		P3	0,860
		P4	0,830
		P5	0,772
	M	M1	0,903
		M2	0,822
		M3	0,915
		M4	0,823
		M5	0,829
		M6	0,759
	IS	IS1	0,850
		IS2	0,737
		IS3	0,795

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Factor
		IS4	0,772
		IS5	0,722
		IS6	0,707
KP		KP1	0,826
		KP2	0,880
		KP3	0,847
		KP4	0,735
LP		LP1	0,905
		LP2	0,887
		LP3	0,800
		LP4	0,725
NRP		NRP1	0,716
		NRP2	0,827
		NRP3	0,813
		NRP4	0,740

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan hasil pengujian loading factor pada model second-order, seluruh indikator yang membentuk konstruk Kualitas Layanan melalui dimensi *Resources*, *Outcomes*, *Process*, *Management*, serta *Image and Social Responsibility* memiliki nilai loading factor di atas 0,70, baik pada tingkat pertama maupun tingkat kedua. Hal yang sama juga terlihat pada indikator Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Niat Rujukan Pelanggan yang seluruhnya memenuhi batas minimum loading factor. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan telah memenuhi kriteria convergent validity, sehingga mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Reliability

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai output dari *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Berikut hasil pengujia reliabilitas pada masing-masing variabel laten dengan bantuan software SmartPLS.

Tabel 2 Output Cronbach dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Resources (R)	0,878	0,896
Outcomes (O)	0,882	0,940
Process (P)	0,882	0,888
Management (M)	0,918	0,923
Image and Social Responbility (IS)	0,872	0,884
Kepuasan Pelanggan (KP)	0,841	0,852
Loyalitas Pelanggan (LP)	0,849	0,852
Niat Rujukan Pelanggan (NRP)	0,778	0,788
Resources (R)	0,878	0,896

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cron-bach's alpha* lebih dari 0,6 dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7, dan seluruh variabel dalam

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

penelitian ini memenuhi ketentuan tersebut sehingga instrumen yang digunakan dapat dianggap stabil dan dapat dipercaya.

Stuctural Model and R-Square

R-square merupakan nilai antara 0 hingga 1 yang menunjukkan seberapa besar kombinasi variabel eksogen mampu menjelaskan variasi variabel endogen. Semakin mendekati angka satu, kualitas model regresi yang dihasilkan dapat dinilai semakin baik.

Tabel 3 Output R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (KP)	0,427	0,456
Loyalitas Pelanggan (LP)	0,435	0,432
Niat Rujukan Pelanggan (NRP)	0,567	0,562

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan tabel 3, nilai R-square, variabel Customer Satisfaction memiliki nilai sebesar 0,419, yang berarti variabel tersebut dapat dijelaskan oleh model sebesar 41,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Variabel Customer Loyalty memiliki nilai 0,357, sehingga sebesar 35,7% variasinya dapat dijelaskan oleh model. Selanjutnya, Customer Referral Intention memiliki nilai 0,490, yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sebesar 49,0% variasi pada variabel tersebut.

Pada dimensi kualitas layanan, nilai R-square masing-masing adalah *Resources* sebesar 0,561, *Outcomes* sebesar 0,693, *Process* sebesar 0,733, *Management* sebesar 0,617, serta *Image and Social Responsibility* sebesar 0,787. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik terhadap dimensi-dimensi kualitas layanan, dengan nilai tertinggi terdapat pada *Image and Social Responsibility*. Secara umum, hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan variabel-variabel endogen yang digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis efek secara langsung dan tidak langsung, maka dibutuhkan bantuan bootstrapping pada software SmartPLS. Di mana, nilai T-Statistics harus bernilai > 1,96 untuk hasil signifikan begitu pun sebaliknya dan P-Value harus bernilai < 0,05, maka hipotesis tersebut dinyatakan positif, begitu pun sebaliknya. Berikut adalah hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 4 Output Path Coefficient

	Original sample (O)	**Sample mean (M)**	**Standard deviation (STDEV)**	**T statistics (|O/STDEV|)**	**P values**
R -> KP	0,203	0,198	0,099	2,042	0,041

Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
O -> KP	0,144	0,147	0,060	2,418	0,016
P -> KP	0,202	0,207	0,091	2,226	0,026
M -> KP	0,179	0,180	0,076	2,370	0,018
IS -> KP	0.165	0,170	0,066	2,504	0,012
KP -> LP	0,659	0,663	0,051	12,807	0,000
KP -> NRP	0,419	0,423	0,081	5,190	0,000
LP -> NRP	0,408	0,406	0,079	5,185	0,000

Sumber: Data Primer 2026

1. *Resources* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Resources terhadap Kepuasan Pelanggan (R → KP) memiliki nilai *original sample* sebesar 0,203, *t-statistic* sebesar 2,042, dan *p-value* sebesar 0,041. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien sebesar 0,203 juga merupakan nilai terbesar dibandingkan dimensi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas, teknologi, infrastruktur, peralatan, sistem informasi, serta kompetensi sumber daya manusia merupakan aspek yang paling kuat dalam memengaruhi kepuasan pengguna jasa pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur.

2. *Outcomes* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Outcomes terhadap Kepuasan Pelanggan (O → KP) memperoleh nilai *original sample* sebesar 0,144, *t-statistic* sebesar 2,418, dan *p-value* sebesar 0,016. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Outcomes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa, seperti kecepatan, keandalan, konsistensi pelayanan, keamanan, ketepatan dokumen dan tagihan, serta kesesuaian biaya pelayanan merupakan aspek yang turut memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik hasil pelayanan yang diterima pengguna jasa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan terhadap pelayanan Pelabuhan Teluk Bayur.

3. *Process* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Process terhadap Kepuasan Pelanggan (P → KP) memperoleh nilai *original sample* sebesar 0,202, *t-statistic* sebesar 2,226, dan *p-value* sebesar 0,026. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa proses pelayanan merupakan salah satu aspek yang memengaruhi pengalaman pengguna jasa. Profesionalisme petugas, kecepatan dalam merespons kebutuhan

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

pelanggan, pengetahuan petugas, pemanfaatan teknologi informasi, serta efisiensi proses pelayanan menjadi bagian penting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan demikian, semakin baik proses pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna jasa terhadap pelayanan Pelabuhan Teluk Bayur.

4. *Management* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Management terhadap Kepuasan Pelanggan (M → KP) memperoleh nilai *original sample* sebesar 0,179, *t-statistic* sebesar 2,370, dan *p-value* sebesar 0,018. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, kemampuan manajemen dalam mengelola kegiatan operasional, memanfaatkan teknologi, memperhatikan umpan balik pelanggan, serta melakukan perbaikan pelayanan secara berkelanjutan merupakan bagian penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Dengan demikian, semakin baik pengelolaan pelayanan yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Pelabuhan Teluk Bayur.

5. *Image and Social Responsibility* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Image and Social Responsibility terhadap Kepuasan Pelanggan (IS → KP) memperoleh nilai *original sample* sebesar 0,165, *t-statistic* sebesar 2,504, dan *p-value* sebesar 0,012. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Image and Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan, keselamatan operasional, tanggung jawab sosial, kepatuhan terhadap standar, serta pengelolaan lingkungan merupakan aspek yang turut membentuk penilaian pengguna jasa terhadap perusahaan. Dengan demikian, semakin baik citra perusahaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial, maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna jasa terhadap pelayanan Pelabuhan Teluk Bayur.

6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (KP → LP). Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,659, t-statistic sebesar 12,807, dan p-value kurang dari 0,001. Karena nilai t-statistic 12,807 lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05, maka hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dinyatakan signifikan.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

Koefisien jalur sebesar 0,659 menunjukkan arah hubungan yang positif. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap pelayanan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna jasa terhadap pelabuhan tersebut. Pengguna jasa yang merasa puas cenderung memiliki keinginan yang lebih kuat untuk mempertahankan hubungan dan terus menggunakan pelayanan Pelabuhan Teluk Bayur pada masa yang akan datang. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dapat diterima.

7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Rujukan Pelanggan

Hasil pengujian hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Rujukan Pelanggan (KP → NRP) memperoleh nilai original sample sebesar 0,419, t-statistic sebesar 5,190, dan p-value kurang dari 0,001. Nilai t-statistic yang lebih besar dari 1,96 dan p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Rujukan Pelanggan.

Nilai koefisien sebesar 0,419 menunjukkan hubungan positif. Artinya, peningkatan kepuasan pengguna jasa akan diikuti oleh peningkatan keinginan pengguna jasa untuk memberikan rekomendasi positif mengenai Pelabuhan Teluk Bayur kepada mitra bisnis maupun pihak lainnya. Ketika pengguna jasa merasa bahwa pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, mereka cenderung memiliki kesediaan yang lebih besar untuk menyampaikan pengalaman positif dan merekomendasikan pelayanan tersebut. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Rujukan Pelanggan dapat diterima.

8. Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Niat Rujukan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan Loyalitas Pelanggan terhadap Niat Rujukan Pelanggan (LP → NRP) memperoleh nilai original sample sebesar 0,408, t-statistic sebesar 5,185, dan p-value kurang dari 0,001. Nilai t-statistic sebesar 5,185 lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Rujukan Pelanggan.

Nilai koefisien sebesar 0,408 menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel tersebut positif. Artinya, semakin tinggi loyalitas pengguna jasa terhadap Pelabuhan Teluk Bayur, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna jasa untuk merekomendasikan pelabuhan tersebut kepada pihak lain. Pengguna jasa yang memiliki hubungan berkelanjutan dan memiliki

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

preferensi terhadap Pelabuhan Teluk Bayur cenderung lebih bersedia memberikan informasi dan rekomendasi positif kepada mitra bisnisnya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Rujukan Pelanggan dapat diterima.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan pelabuhan berdasarkan model ROPMIS terhadap kepuasan pelanggan, serta hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas dan niat rujukan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang. Analisis dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi ROPMIS, yaitu *Resources*, *Outcomes*, *Process*, *Management*, serta *Image and Social Responsibility*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas serta niat rujukan pelanggan, sementara loyalitas pelanggan juga berpengaruh positif terhadap niat rujukan. Pembahasan hasil pengujian disajikan sebagai berikut.

Pertama, *Resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya yang memadai, seperti fasilitas, infrastruktur, teknologi, peralatan operasional, serta kompetensi sumber daya manusia, dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa pelabuhan. Dalam kegiatan operasional Pelabuhan Teluk Bayur, sumber daya yang dikelola dengan baik dapat menunjang kelancaran pelayanan dan membantu pengguna jasa memperoleh layanan secara lebih efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan Expectation-Disconfirmation Theory yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk (Abdul Rahman et al., 2024). Temuan ini juga didukung oleh Zhou & Suh (2025), Temuan ini juga didukung oleh Molavi et al. (2020), Roh et al. (2025), serta Zhou & Suh (2025), yang menekankan pentingnya sumber daya dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pengguna jasa. Oleh karena itu, ketersediaan dan pengelolaan sumber daya perlu menjadi perhatian perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelabuhan.

Kedua, *Outcomes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil akhir pelayanan yang diterima pengguna jasa turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Aspek tersebut mencakup ketepatan waktu, keandalan operasional, keamanan, konsistensi pelayanan, serta efisiensi kegiatan kepelabuhanan. Pengguna jasa tidak hanya memperhatikan proses pelayanan, tetapi juga menilai apakah hasil layanan yang diterima telah sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Phan, Thai & Vu (2021), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan pelabuhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Rahman et al. (2024) menempatkan *Outcomes* sebagai salah satu dimensi penting

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

dalam model ROPMIS, sedangkan Zhou & Suh (2025) menjelaskan pentingnya hasil pelayanan dalam membentuk pengalaman positif pelanggan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan dalam memberikan hasil pelayanan yang andal dan sesuai kebutuhan pengguna jasa menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ketiga, *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa proses penyampaian pelayanan yang cepat, mudah, responsif, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Dalam kegiatan kepelabuhanan, kelancaran proses pelayanan sangat diperlukan untuk menunjang aktivitas operasional pengguna jasa. Profesionalisme petugas, kecepatan dalam merespons kebutuhan pelanggan, pemanfaatan teknologi informasi, serta kemudahan prosedur menjadi aspek yang dapat membentuk pengalaman pelayanan yang positif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Phan, Thai & Vu (2021), yang menjelaskan bahwa *Process* merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan pelabuhan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Temuan tersebut juga didukung oleh Ha et al. (2017) serta Heilig et al. (2017), yang menekankan pentingnya proses pelayanan yang efektif dan responsif dalam meningkatkan pengalaman pengguna jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan efisiensi dan kemudahan proses pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa secara optimal.

Keempat, *Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mengelola kegiatan operasional pelabuhan secara efektif turut menentukan kepuasan pengguna jasa. Pengelolaan tersebut mencakup pemanfaatan fasilitas dan teknologi, pelaksanaan evaluasi, serta perbaikan pelayanan secara berkelanjutan. Manajemen yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan dapat membantu perusahaan menyediakan pelayanan yang lebih konsisten dan sesuai dengan harapan pengguna jasa. Temuan ini sejalan dengan Chang & Thai (2016) serta Hofmann & Branding (2019), yang menjelaskan bahwa kemampuan manajerial memiliki peran penting dalam mendukung kualitas dan efektivitas pelayanan pelabuhan. Dengan demikian, pengelolaan operasional yang baik perlu terus diperhatikan untuk menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kelima, *Image and Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna jasa tidak hanya dipengaruhi oleh aspek operasional, tetapi juga oleh citra perusahaan dan tanggung jawab sosial yang dijalankan. Reputasi perusahaan, keselamatan operasional, kepatuhan terhadap standar, pelaksanaan tanggung jawab sosial, serta kepedulian terhadap lingkungan menjadi bagian dari penilaian pengguna jasa terhadap perusahaan. Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, sementara pelaksanaan tanggung jawab sosial mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional secara bertanggung jawab. Hasil ini sejalan dengan Lu et al. (2016), Gimenez et al. (2012),

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

serta Zhou & Suh (2025), yang menjelaskan bahwa citra dan tanggung jawab sosial merupakan bagian penting dalam penilaian kualitas pelayanan pelabuhan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga reputasi dan memperhatikan tanggung jawab sosial serta lingkungan sebagai bagian dari upaya meningkatkan kepuasan pengguna jasa.

Keenam, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan, semakin besar kecenderungan mereka untuk mempertahankan hubungan dengan perusahaan dan terus menggunakan layanan yang tersedia. Kepuasan dapat terbentuk ketika pengalaman pelayanan yang diterima mampu memenuhi harapan pengguna jasa, sehingga menumbuhkan penilaian positif, kepercayaan, dan komitmen terhadap perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhou & Suh (2025) serta Khan et al. (2022), yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bagi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang, hasil ini menunjukkan pentingnya menjaga kepuasan pengguna jasa sebagai upaya membangun hubungan jangka panjang dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Ketujuh, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Dalam kegiatan kepelabuhanan, rekomendasi tersebut dapat disampaikan kepada rekan bisnis, mitra kerja, maupun perusahaan lain yang membutuhkan layanan serupa. Pengalaman pelayanan yang positif, baik dari segi fasilitas, proses, hasil layanan, maupun pengelolaan operasional, dapat mendorong pelanggan untuk membagikan penilaian baik kepada pihak lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhou & Suh (2025) serta Lee et al. (2022), yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat mendorong perilaku rekomendasi dan word of mouth positif. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan pengalaman pengguna jasa secara menyeluruh agar kepuasan yang terbentuk dapat mendorong kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan layanan.

Kedelapan, loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan yang memiliki komitmen untuk terus menggunakan layanan perusahaan cenderung lebih bersedia merekomendasikannya kepada pihak lain. Loyalitas tidak hanya tercermin dari penggunaan layanan secara berkelanjutan, tetapi juga dari sikap positif dan kesediaan pelanggan dalam menyampaikan pengalaman baik kepada rekan bisnis maupun calon pengguna jasa lainnya. Hasil ini sejalan dengan Bell et al. (2005) serta Zhou & Suh (2025), yang menjelaskan bahwa pelanggan loyal dapat menjadi sumber rekomendasi positif bagi perusahaan. Dengan demikian, upaya mempertahankan loyalitas pelanggan perlu menjadi perhatian perusahaan karena selain menjaga hubungan jangka panjang dengan pengguna jasa, loyalitas juga dapat mendorong

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

rekomendasi positif dan memperkuat reputasi layanan pelabuhan.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan pelabuhan berdasarkan model ROPMIS direpresentasikan oleh lima dimensi, yaitu *Resources, Outcomes, Process, Management,* serta *Image and Social Responsibility*, dengan *Image and Social Responsibility* sebagai dimensi yang memiliki koefisien tertinggi. Kualitas layanan pelabuhan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas serta niat rujukan pelanggan, sementara loyalitas pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat rujukan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pengguna jasa, yang selanjutnya dapat mendorong loyalitas dan rekomendasi positif terhadap layanan pelabuhan. Bagi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Cabang Teluk Bayur Padang, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas fasilitas, proses pelayanan, pengelolaan operasional, serta citra dan tanggung jawab sosial perusahaan guna memperkuat kepuasan dan loyalitas pengguna jasa. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti kepercayaan, nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan kualitas hubungan, serta memperluas cakupan responden dan objek penelitian untuk memperkaya kajian mengenai kualitas layanan, kepuasan, loyalitas, dan niat rujukan dalam sektor kepelabuhanan.

DAFTAR PUSTAKA

Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(3), 585–593. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585

Jamain, R. E., Zakaria, R. H., & Satar, N. H. M. (2023). ASIAN PORT PERFORMANCE DIMENSIONS AND ANALYSES: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. In International Journal of Professional Business Review (Vol. 8, Number 1). AOS-Estratagia and Inovacao. https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.1165

Khasanah, N., & Oktiani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Layanan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 1(3), 223–233. https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.20

Kiani, A., Yang, D., Ali, A., & Wang, D. (2024). Harmonising innovation: the nexus of Zhong-Yong thinking, innovation behaviour, R&D resource allocation, and exploratory innovation. Technology Analysis and Strategic Management. https://doi.org/10.1080/09537325.2024.2304218

Lase, K., & Saputra, I. . (2026). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi BRI-mo Menggunakan Metode

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 5072-5084

End- User Computing Satisfaction. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 4(1), 2776–2789. https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.248

Lee, W. L., Liu, C. H., & Tseng, T. W. (2022). The multiple effects of service innovation and quality on transitional and electronic word-of-mouth in predicting customer behaviour. Journal of Retailing and Consumer Services, 64. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102791

Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, A. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 1(3), 208–222. https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.19

Notteboom, T., & Alsalfiti, A. (2025). Evaluating Customer Satisfaction with Clearing and Forwarding Agents. Pomorstvo, 39(2), 373–388. https://doi.org/10.31217/p.39.2.13

Paradilla, M. ., & Niartiningsih, A. (2026). Pengaruh Patient Experience Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Umum . JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 4(1), 3002–3016. https://doi.org/10.62421/jibema.v4i1.732

Phan, T. M., Thai, V. V., & Vu, T. P. (2021). Port service quality (PSQ) and customer satisfaction: an exploratory study of container ports in Vietnam. Maritime Business Review, 6(1), 72–94. https://doi.org/10.1108/MABR-01-2020-0003

Puspitasari, I. Y., Utomo, B. P. C. ., & Hadi, N. (2026). Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang pada Pelanggan di UMKM Surakarta. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 4(1), 1863–1874. https://doi.org/10.62421/jibema.v4i1.630

Rahman, A. N. S. F., Balasa, A. P., Othman, M. K., & Alemu, A. E. (2024). Port service quality assessment using a ROPMIS modeling: seaports scenario in a Gulf country. Maritime Business Review, 9(1), 17–34. https://doi.org/10.1108/MABR-03-2023-0027

Sinurat, J. B. ., & Octavia, D. . (2026). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 4(1), 426–436. https://doi.org/10.62421/jibema.v4i1.405

Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 2(2), 129–141. https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79

Zainuddin, Z., & Iskandar, I. . (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 4(1), 1024–1031. https://doi.org/10.62421/jibema.v4i1.499

Zhou, L., & Suh, W. (2025). A Study on Port Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Referral Intention: Focusing on Korean Container Terminals Amid Smart Port Development. Systems, 13(6). https://doi.org/10.3390/systems13060486

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License