

## DETERMINASI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG KAPAL RORO

### **Shaqina Nuruly**

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta,  
Email : shaqina@gmail.com

### **Aswanti Setyawati**

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta,  
Email Koresponding : aswantimurgiyanto@gmail.com

### **Nita Rosmala Dewi**

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta,  
Email : tinot.nita@gmail.com

### **Reza Fauzi Jaya Sakti**

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta,  
Email : rezajayasakti@gmail.com

### **Primadi Candra Susanto**

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta,  
Email : primstrisakti@gmail.com

### **Abstrak**

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas penumpang kapal RoRo, dengan fokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Melalui studi kasus yang cermat, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajer perusahaan pelayaran dalam meningkatkan strategi layanan mereka dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Metode penelitian kualitatif dengan tinjauan pustaka melibatkan analisis berbagai sumber teks yang ada untuk memahami dan mengintegrasikan pengetahuan yang diperoleh tentang masalah penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kecenderungan, perdebatan, hipotesis, temuan, dan kesenjangan pengetahuan yang terkait dengan topik penelitian menarik yang sudah ada dalam literatur. Studi ini menunjukkan dari hasil literatur yang mendukung dari dua hasil penelitian maka kualitas pelayanan yang dirasakan oleh penumpang kapal RoRo berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menekankan pentingnya bagi perusahaan pelayaran RoRo untuk meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan pangsa pasar dan loyalitas pelanggan. Selain itu, temuan ini mengonfirmasi hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan pelayaran.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Penumpang

### **Abstract**

*The main objective of this article is to provide a deeper understanding of the factors that influence RoRo ship passenger loyalty, focusing on service quality and customer satisfaction. Through a careful case study, this article is expected to provide valuable insights for shipping company managers in improving their service strategies and strengthening relationships with customers. The qualitative research method with literature review involves analyzing various existing text*

*sources to understand and integrate the knowledge gained about the research problem. This approach allows researchers to identify trends, debates, hypotheses, findings, and knowledge gaps related to research topics of interest that already exist in the literature. This study shows from the results of supporting literature from two research results that the quality of service perceived by RoRo ship passengers has a significant effect on customer satisfaction and loyalty. This emphasizes the importance for RoRo shipping companies to improve service quality to maintain market share and customer loyalty. In addition, the findings confirm the positive relationship between customer satisfaction and their loyalty towards the shipping company.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction Loyalty

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kapal Roll-on/Roll-off (RoRo) telah menjadi tulang punggung dalam sistem transportasi laut, terutama di wilayah-wilayah yang terdiri dari banyak pulau atau terpencil. Menurut (Rascão & Santos, 2019) sebagai moda transportasi yang memberikan kemudahan dalam memuat dan membongkar kendaraan serta barang secara cepat, kapal RoRo memiliki peran yang vital dalam menghubungkan masyarakat dari berbagai wilayah dengan layanan transportasi yang efisien. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi elemen-elemen kunci yang tidak hanya memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan pelayaran, tetapi juga menentukan tingkat loyalitas mereka (Algirdas et al., 2015).

Transportasi laut, khususnya melalui kapal Roll-on/Roll-off (RoRo), telah menjadi sarana utama dalam menghubungkan pulau-pulau dan wilayah terpencil. Keberlanjutan operasional kapal RoRo sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dan loyalitas penumpang (Vi et al., 2023). Dalam era persaingan yang semakin ketat, perusahaan pelayaran RoRo dituntut untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik agar dapat mempertahankan pangsa pasar mereka (Wu & Dahlan, 2023). Loyalitas pelanggan dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan perusahaan, terutama dalam industri layanan seperti pelayaran (Dike et al., 2021).

Loyalitas penumpang dapat didefinisikan sebagai tingkat kecenderungan atau kesediaan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan dari suatu perusahaan atau merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Makarova & Makarenko, 2022). Dalam konteks kapal RoRo, loyalitas penumpang mencerminkan seberapa sering dan seberapa banyak penumpang menggunakan layanan kapal RoRo yang sama, serta seberapa kuat hubungan emosional dan kepercayaan yang mereka miliki terhadap perusahaan pelayaran (Jaya Sakti et al., 2021).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa loyalitas penumpang tidak hanya dipengaruhi oleh harga tiket atau ketersediaan layanan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat kepuasan

pelanggan (Isaacs et al., 2022). Dalam industri pelayaran, terutama di wilayah-wilayah dengan persaingan yang ketat, perusahaan harus terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Iqbal et al., 2023). Faktor-faktor seperti kehandalan jadwal, keamanan, kenyamanan fasilitas, serta interaksi dengan kru kapal, semuanya memiliki kontribusi signifikan terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Yorulmaz & Taş, 2022).

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas penumpang (Sandada & Matibiri, 2016). Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan pengalaman menggunakan layanan suatu perusahaan (Makarova & Makarenko, 2022). Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya melibatkan evaluasi terhadap aspek-aspek kualitas pelayanan yang telah diberikan, tetapi juga melibatkan analisis terhadap sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi (Vasic et al., 2020).

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas penumpang kapal RoRo, dengan fokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Melalui studi kasus yang cermat, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajer perusahaan pelayaran dalam meningkatkan strategi layanan mereka dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

### **Perumusan Masalah**

Dalam studi tentang loyalitas penumpang kapal RoRo, masalah yang mungkin timbul meliputi keterlambatan jadwal, kenyamanan fasilitas, keamanan, interaksi dengan kru, harga tiket, persaingan dengan moda transportasi lain, dan ketersediaan informasi.

## **KAJIAN TEORI**

### **KUALITAS PELAYANAN**

Menurut *grand theory* dari (Parasuraman et al., 1985) menyatakan bahwa kualitas layanan mengacu pada sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini mencakup berbagai aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan hal-hal nyata. Kualitas layanan sangat penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. In the public transportation sector, service quality is defined as the performance measurement system in public transportation, encompassing various aspects of service delivery (Üvenç & Kulluk, 2020).

Dalam industri agen perjalanan, kualitas layanan dijelaskan oleh faktor-faktor seperti citra perusahaan, daya saing, kesopanan, daya tanggap, aksesibilitas, dan kompetensi, yang secara kolektif berkontribusi pada persepsi pelanggan tentang kualitas layanan (Singh, 2020). Dimensi kualitas layanan yang berbeda, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan tangibles, dapat memiliki efek yang bervariasi pada kepuasan pelanggan. Misalnya, dalam konteks pembelian toko online, kepuasan

pelanggan berkorelasi positif dengan keandalan, daya tanggap, dan jaminan, tetapi berkorelasi negatif dengan hal-hal nyata (He et al., 2019).

Dalam industri maritim, kualitas layanan mencakup berbagai dimensi yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Dimensi kualitas pelayanan pada industri maritim meliputi : 1) Keterampilan dan Kompetensi Teknis, dimensi ini berkaitan dengan kemahiran dan keahlian profesional maritim, termasuk anggota kru, insinyur, dan personel lain yang terlibat dalam operasi kapal; 2) Kualitas Sumber Daya: Ini melibatkan kecukupan dan keandalan sumber daya seperti kapal, peralatan, dan fasilitas untuk memastikan operasi maritim yang efisien dan efektif.; 3) Efisiensi Proses: Dimensi ini berfokus pada efektivitas dan kelancaran proses operasional, termasuk bongkar muat, navigasi, dan pemeliharaan, untuk memberikan layanan yang tepat waktu dan andal.

### **KEPUASAN PELANGGAN**

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan atau produk, pemenuhan harapan pelanggan, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, Hal ini sering diukur melalui survei, umpan balik, dan penilaian untuk mengukur dan meningkatkan persepsi pelanggan tentang layanan atau produk (Krüger, 2016). Kepuasan pelanggan adalah penilaian pilihan yang dihasilkan dari keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa (Bahrudin & Zuhro, 2016). Kepuasan pelanggan diciptakan oleh pemberi jasa untuk awal dari terciptanya loyalitas pelanggan (Ikhsan & Simarmata, 2021).

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, ada lima faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas jika evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas tinggi (Simarmata et al., 2017). Kualitas layanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka menerima layanan yang baik atau layanan yang memenuhi harapan mereka, aspek emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan mengagumi mereka ketika menggunakan produk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Hidayat et al., 2019).

Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif lebih rendah menawarkan nilai lebih besar kepada pelanggan (Hungan & Sawitri, 2018).

Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk cenderung puas dengan produk tersebut (Tomar et al., 2021).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif oleh peneliti. Metode kualitatif pada dasarnya adalah teknik penelitian eksplorasi yang digunakan untuk menyelidiki penyebab, sudut pandang, dan pendapat untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan penelitian kualitatif dipilih dengan tepat. Pengumpulan data

untuk penelitian ini akan dilakukan dari sumber primer dan sekunder. Peneliti mengumpulkan data primer untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui tinjauan karya ilmiah, jurnal, buku, situs web, dan blog yang digunakan dalam penelitian ini.

Metode penelitian kualitatif dengan tinjauan pustaka melibatkan analisis berbagai sumber teks yang ada untuk memahami dan mengintegrasikan pengetahuan yang diperoleh tentang masalah penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kecenderungan, perdebatan, hipotesis, temuan, dan kesenjangan pengetahuan yang terkait dengan topik penelitian menarik yang sudah ada dalam literatur (Ali & Limakrisna, 2013).

### Penelitian yang relevan

Referensi penelitian dapat digunakan untuk memperkuat argumen dan menarik kesimpulan dalam penelitian baru. Mereka menawarkan landasan empiris dan teoritis untuk pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Dengan meneliti penelitian sebelumnya, para peneliti dapat menentukan kesenjangan dalam literatur yang dapat diatasi oleh upaya penelitian baru. Ini membantu dalam menilai relevansi dan kekhasan mereka dalam berkontribusi pada bidang pengetahuan tertentu. Dalam konteks ini, penelitian terkait dikaitkan dengan penerapan keuangan perusahaan dan arus kas transparan.

No	Author, Year, Title	Method	Relevance	Finding
1.	(Rahim, 2016)  Perceived Service Quality and Customer Loyalty: The Mediating Effect of Passenger Satisfaction in the Nigerian Airline Industry	Kuantitatif	Service Quality, Customer Loyalty, Passenger Satisfaction	Korelasi antara kepuasan penumpang dan loyalitas kepada maskapai penerbangan juga dicatat sebagai afirmatif. Selain itu, dukungan parsial ditemukan untuk efek mediasi positif dari kepuasan pelanggan antara kualitas layanan yang dirasakan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan berdampak pada kepuasan penumpang, akibatnya mempengaruhi

				loyalitas terhadap maskapai penerbangan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan berfungsi sebagai elemen tambahan untuk diferensiasi dan daya saing yang berkelanjutan dalam industri penerbangan.
2.	(van Lierop & El-Geneidy, 2016)  Enjoying loyalty: The relationship between service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in public transit	Kuantitatif	Service Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intentions	Studi ini digunakan untuk mengidentifikasi area di mana agen transit dapat merumuskan strategi yang ditargetkan untuk menilai kepuasan pengguna, dengan tujuan meningkatkan patronase di seluruh dunia. berbagai demografi. Memahami perspektif penumpang menawarkan wawasan berharga yang memungkinkan agen transit untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kepuasan dan loyalitas secara keseluruhan
3.	(Jaya Sakti et al., 2021) Service Quality And Customer Satisfaction Increasing Loyalty Of Passengers Ro-Ro Ferry Bakauheni	Kuantitatif	Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty Passenger	Hasil penelitian ini besarnya hubungan positif mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penumpang pelayanan sebesar 75,8%, sedangkan sisanya adalah hubungan faktor-faktor lain yang tidak

				dianalisis dalam model ini.
4.	(Mohamad et al., 2022)  Effect Service Quality And Customer Value To Loyalty Through Passenger Satisfaction Use Of Damri Transportation Mode In Bandung	Kuantitatif	Service Quality, Customer Loyalty, and Passenger Satisfaction	Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan penumpang di sektor transportasi menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5.	(Ardini et al., 2022)  Roles of service quality, perceived price and satisfaction to passenger's loyalty	Kuantitatif	Service Quality, Perceived price, satisfaction , and passenger loyalty	penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang, sedangkan Perceived price tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang
6.	(Mandasari et al., 2022)  Building Loyalty Through Education on Passenger Trust in Low Cost Airlines Indonesia, The Role Of Service Quality And Passenger Satisfaction			Menekankan pentingnya menyediakan layanan terbaik yang selaras dengan harapan penumpang dan menghasilkan kepuasan sangat penting. LCA Indonesia memiliki kesempatan untuk menumbuhkan kepercayaan dan membina pelanggan yang berdedikasi dengan melampaui harapan pelanggan.

				<p>Kualitas layanan memainkan peran penting dalam memberikan pengalaman penumpang yang menguntungkan. Mengenali fungsi perantara kepuasan dan kepercayaan juga sangat penting. LCA Indonesia dapat meningkatkan loyalitas penumpang dengan mengutamakan kualitas layanan, meningkatkan kepuasan tingkat, dan menumbuhkan kepercayaan di antara penumpang. Menangani aspek-aspek ini memperkuat posisi kompetitif maskapai dan mengamankan kesetiaan pelanggan yang bertahan lama di pasar yang sangat kompetitif.</p>
7.	(Suparman et al., 2022)	Kuantitatif	Service Quality	<p>Koefisien nilai waktu dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi niat beli kembali penumpang Kapal Penumpang Roro. Namun, persepsi harga secara signifikan berdampak pada niat pembelian kembali para penumpang ini. Selain itu, variabel nilai waktu, persepsi harga, dan kualitas layanan secara kolektif memiliki pengaruh besar terhadap niat</p>



				beli kembali pelanggan
8.	(Herlina et al., 2022)  The Impact of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty	Kuantitatif	Service Quality, Price, Customer Satisfaction	The study suggests that service quality and price, either jointly or partially, exert a positive and significant impact on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction significantly influences customer loyalty in a positive manner
9.	(Hanafiah & Asyraff, 2023)  Effects of post-pandemic perceived safety and security and service quality on ferry service's image, satisfaction, and loyalty	Kuantitatif	perceived safety, security, service quality, satisfaction, loyalty	Ada pengaruh signifikan dan positif antara variabel tersebut.
10.	(Kibera et al., 2023)  The Joint Effect of Perceived Service Quality, Demographic Characteristics and Customer Satisfaction On Loyalty Among Passengers of Railway Transport Services in Kenya	Kuantitatif	Perceived Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty	Ada korelasi positif yang penting dan moderat antara kualitas layanan yang dirasakan dan loyalitas pelanggan

## HASIL ANALISIS DATA

Dari data di atas akan literatur yang di jabarkan dengan temuan hasil berkaitan dengan topik yang ada dalam artikel ini, semua variabel yang berkaitan ada dan memiliki hasil yang semuanya menyatakan signifikan dan

positif. Hanya saja untuk bidang berkaitan dengan pelayaran yang ada dalam objek penelitian artikel ini ditemukan literatur dari penelitian milik (Jaya Sakti et al., 2021) dengan temuan penelitian Hasil penelitian ini besarnya hubungan positif mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penumpang pelayanan sebesar 75,8%, sedangkan sisanya adalah hubungan faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam model ini.

Hasil penelitian lain dari (Suparman et al., 2022) menyatakan bahwa Koefisien nilai waktu dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi niat beli kembali penumpang Kapal Penumpang Roro. Namun, persepsi harga secara signifikan berdampak pada niat pembelian kembali para penumpang ini. Selain itu, variabel nilai waktu, persepsi harga, dan kualitas layanan secara kolektif memiliki pengaruh besar terhadap niat beli kembali pelanggan (Purnamasari & Sarinah, 2014).

Selain itu memang semua variabel mendukung dalam artikel ini sebagai hasil hanya saja objek penelitian yang ditemukan hanya dari dua hasil penelitian yang disampaikan.

## **PEMBAHASAN**

Pembahasan yang komprehensif dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang signifikansi hasil penelitian dan kontribusinya terhadap pengetahuan dalam bidang yang bersangkutan. Dengan masih jarangya penelitian yang berkaitan dengan objek dalam artikel ini.

Hasil penelitian dalam artikel ini dapat digunakan oleh praktisi, manajer, atau pembuat kebijakan dalam konteks industri atau organisasi tertentu. Ini mungkin termasuk saran untuk meningkatkan kualitas layanan, strategi penetapan harga, atau upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## **SIMPULAN dan SARAN**

Studi ini menunjukkan dari hasil literatur yang mendukung dari dua hasil penelitian maka kualitas pelayanan yang dirasakan oleh penumpang kapal RoRo berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menekankan pentingnya bagi perusahaan pelayaran RoRo untuk meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan pangsa pasar dan loyalitas pelanggan. Selain itu, temuan ini mengonfirmasi hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan pelayaran.

Saran dalam hasil penelitian ini bahwa hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain dengan objek yang sama atau variabel lain sehingga menimbulkan keterbaruan atau gap yang lain.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Algirdas, Sakalys, Laima, & Greiciune. (2015). *Innovative Measures Ensuring Integrity of the Entire Supply Chain or Transport Corridor*.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Memecahkan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, Disertasi*.

Universitas Terbuka.

- Ardini, L., Mani, L., Aras, M., Bellafania, C., & Adlianto, R. P. (2022). roles of service quality, perceived price and satisfaction to passenger's loyalty. *Linguistics and Culture Review*.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Dike, Amarachi, R., & Stanley, C. C. (2021). *Effect Of Customer Relationship Management On Customers' Loyalty In Shipping Companies In Lagos State, Nigeria*.
- Hanafiah, M. H., & Asyraff, M. A. (2023). Effects of post-pandemic perceived safety and security and service quality on ferry service's image, satisfaction, and loyalty. *Anatolia*, 34(2), 280–284.
- He, H.-H., Zhang, H., & Song, M. (2019). Are the Effects of Service Quality on Customer Satisfaction Different between Online Store Purchases and Brick-and-Mortar Purchases? *DEStech Transactions on Economics, Business and Management*.
- Herlina, M. G., Dewi, J. J., & Aurelia. (2022). The Impact of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Hidayat, R. D. R., Marina, S., Agusinta, L., Setyawati, A., & Rahmawati, A. (2019). The Development of Online Platform for Humanitarian Logistics. *Proceedings of the 9th International Conference on Operations and Supply Chain Management*, 1–8. [https://journal.oscm-forum.org/journal/proceeding/show\\_all/oscm-2019-vietnam](https://journal.oscm-forum.org/journal/proceeding/show_all/oscm-2019-vietnam)
- Hungan, A. G. D., & Sawitri, N. N. (2018). Analysis of Financial Distress with Springate and Method of Grover in Coal In BEI 2012 - 2016. *International Business and Accounting Research Journal*, 2(2), 52. <https://doi.org/10.15294/ibarj.v2i2.39>
- Ikhsan, R. B., & Simarmata, J. (2021). SST-Servqual and customer outcomes in service industry: Mediating the rule of corporate reputation. *Management Science Letters*, 11, 561–576. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.010>
- Iqbal, A., Sufyan, M., Salalm, A., Shaikh, M. A., & Khan, M. F. (2023). When Satisfaction Takes Flight: Unraveling the Impact of Passenger Satisfaction on Passenger Loyalty with the moderating role of Price Sensitivity in Airline Industry. *Research Journal for Societal Issues*.
- Isaacs, A. J., Lwendo, S. B., & Kazembe, L. N. (2022). Customer relationship management (CRM) and passenger loyalty in delivering high quality service at Air Namibia: A structural equations approach. *Namibian Journal for Research, Science and Technology*.
- Jaya Sakti, R. F., Widiyanto, P., & Candra Susanto, P. (2021). Service Quality and Customer Satisfaction Increasing Loyalty of Passengers Ro-Ro Ferry Bakauheni. *Journal of Economics, Management, Entrepreneurship, and Business (JEMEB)*, 1(1), 79–92. <https://doi.org/10.52909/jemeb.v1i1.21>

- Kibera, F., Musyoka, R., Sciences, M., & Sciences, M. (2023). *The Joint Effect of Perceived Service Quality , Demographic Characteristics and Customer Satisfaction On Loyalty Among Passengers of Railway Transport Services in Kenya.* 91, 53–60. <https://doi.org/10.7176/JMCR/91-05>
- Krüger, F. (2016). *Customer Satisfaction, Culture, and Personality – Definition of the Research Variables.*
- Makarova, V., & Makarenko, N. (2022). Features Of Customer Loyalty Management On Small Business Trading Enterprises. *Herald UNU. International Economic Relations And World Economy.*
- Mandasari, N. F., Radjab, E., Ashdaq, M., & Nadir, M. (2022). Building Loyalty Through Education on Passenger Trust in Low Cost Airlines Indonesia, The Role Of Service Quality And Passenger Satisfaction. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama.*
- Mohamad, D., Laksito, G. S., & Sukono. (2022). *Effect Service Quality And Customer Value To Loyalty Through Passenger Satisfaction Use Of Damri Transportation Mode In Bandung.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Purnamasari, W. E., & Sarinah. (2014). Kinerja pengiriman barang ekspor. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik, Vol.1.No1 September 2014* 7, 1(September), 82–97.
- Rahim, A. G. (2016). Perceived Service Quality and Customer Loyalty: The Mediating Effect of Passenger Satisfaction in the Nigerian Airline Industry. *International Journal of Management and Economics*, 52, 117–194.
- Rascão, M. A. P., & Santos, T. A. (2019). *Short Sea Shipping Feasibility Study for the Carriage of RoRo Cargo to Northern European Ports.*
- Sandada, M., & Matibiri, B. (2016). An Investigation into the Impact of Service Quality, Frequent Flier Programs and Safety Perception on Satisfaction and Customer Loyalty in the Airline Industry in Southern Africa. *South East European Journal of Economics and Business*, 11, 41–53.
- Simarmata, J., Yuliantini, Y., & Keke, Y. (2017). The Influence of Travel Agent, Infrastructure and Accommodation on Tourist Satisfaction. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 28(Ictgtd 2016), 281–283. <https://doi.org/10.2991/ictgtd-16.2017.55>
- Singh, A. K. (2020). *Study On The Effect Of Service Quality Dimensions On Brand Image And Buying Intention Of Customers In Telecom Industry.*
- Suparman, A., Fajardini, Z., & Sugiharto, T. (2022). The Influence of Time Value, Price Perception, and Service Quality on The Intention to Repurchase Tickets on Passenger Roro Ships. *Media Bisnis*, 14(2), 247–258. <https://doi.org/10.34208/mb.v14i2.1687>
- Tomar, S., Kent Baker, H., Kumar, S., & Hoffmann, A. O. I. (2021). Psychological determinants of retirement financial planning behavior. *Journal of Business Research*, 133(November 2020), 432–449.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.007>

- Üvenç, G., & Kulluk, S. (2020). Measurement of service quality in public transportation: definition of performance measurement system in service quality. *Pamukkale University Journal of Engineering Sciences*, *26*, 737–748.
- van Lierop, D., & El-Geneidy, A. (2016). Enjoying loyalty: The relationship between service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in public transit. *Research in Transportation Economics*, *59*, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2016.04.001>
- Vasic, N., Kilibarda, M., Andrejić, M., & Jović, S. (2020). Satisfaction is a function of users of logistics services in e-commerce. *Technology Analysis & Strategic Management*, *33*, 813–828.
- Vi, S., Krishna, K., & K, P. P. (2023). Techno-Economic Analysis of Electrically Propelled Marine Vessels. *2023 International Conference on Circuit Power and Computing Technologies (ICCPCT)*, 1600–1608.
- Wu, A., & Dahlan, K. S. S. (2023). The Impact Of Digital Trust On Customer Satisfaction And Loyalty (The Case Of Digitalization In Container Shipping Services In Indonesia). *OPSearch: American Journal of Open Research*.
- Yorulmaz, M., & Taş, A. M. (2022). Mediating effect of customer satisfaction on the relationship between core service quality and behavioral intentions in liner shipping. *Pomorstvo*.