

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan

Martono¹, Arwin^{2*}, Yuliana Yuliana², Lisa², Fauzi Akbar Maulana Hutabarat¹

^{1,5} Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{2,3,4} Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ^{2,*}arwin.my@live.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pengangkutan TS Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah insidental sampling. Terdapat 40 orang pelanggan yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan penulis mulai periode 23 September 2020 - 27 Februari 2021, dan semuanya dijadikan sampel penelitian. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana dan uji Z. Hasil analisis uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasi (r) adalah sebesar 0,751 yang artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang searah dan kuat dengan kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 56,4%, sehingga sisanya 43,6% kepuasan pelanggan pada Pengangkutan TS Medan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa $Z_{hitung} 4,69 > Z_{tabel} 1,96$, yang artinya hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pengangkutan TS Medan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini disebabkan oleh adanya ide kreatif dan strategi pemasaran yang selalu diciptakan oleh para pengusaha [1][2]. Seiring dengan berkembangnya ide tersebut, konsep pemasaran turut mengalami perkembangan. Pada hasilnya hanya perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk (barang dan jasa) yang berkualitas, harga saing pendistribusian yang cepat dan tepat waktu, serta kualitas pelayanan terbaik yang akan mampu bertahan. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan sangatlah penting karena menjadi ujung tombak pada perusahaan tersebut, hal itu juga menentukan kemajuan suatu perusahaan.

Setiap perusahaan semakin menyadari betapa besarnya peran pelanggan agar mampu mempertahankan bisnis yang telah dimiliki. Perusahaan harus menciptakan kebijakan dan strategi yang relevan dalam rangka persaingan bisnis yang semakin ketat, dan berkemungkinan meningkatkan tingkat stres karyawan [3]. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjaga retensi pelanggan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga akan menumbuhkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Mempertahankan kepuasan pelanggan sama dengan mempertahankan sebuah aset yang sangat bernilai bagi sebuah perusahaan. Dimana jika pelanggan tersebut puas, maka ada kemungkinan besar pelanggan tersebut akan menggunakan jasa kami kembali.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Kualitas pelayanan pada akhirnya adalah salah satu faktor penting yang akan menentukan apakah perusahaan tersebut bakal tumbuh dan berkembang atau tidak sama sekali, selain faktor keberhasilan lainnya seperti motivasi kerja, kepuasan kerja, lingkungan kerja, kompensasi, kepemimpinan [4][5][6][7][8][9]. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan mendapatkan suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan dengan mempertimbangkan anggaran perusahaan [10]. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dipersepsikan dibandingkan dengan harapannya [11]. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi penggunaan jasa kembali dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika pelayanan suatu perusahaan tersebut jauh dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan senang. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama.

Pengangkutan TS Medan adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengangkutan dan pengiriman barang. Pengangkutan TS Medan didirikan pada tanggal 11 September 2012 yang berlokasi di Jl. Pukat II No. 53A, Medan. Berdasarkan informasi dari perusahaan, diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan dibanding dengan kenaikan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Pengangkutan TS Medan dalam 6 bulan terakhir dihitung dari

bulan September 2020. Beberapa pelanggan menyatakan ketidakpuasan atas kualitas pelayanan yang diberikan, dimana karyawan kurang handal dalam menjawab pertanyaan saat di berikan pertanyaan mengenai rute pengiriman. Pelanggan juga mengeluh atas ketidaksopanan karyawan dalam melayani pelanggan seperti tidak menyapa dan terlihat acuh tak acuh pada saat menjelaskan detail jasa pengiriman ataupun dalam melayani pelanggan yang ingin menggunakan jasa. Maka dari itu pelanggan merasa tidak puas karena pelayanan yang kurang maksimal. Meningkatkan kualitas pelayanan bukanlah hal yang mudah, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan harus diperhatikan dan salah satunya adalah kualitas pelayanan yang di tawarkan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif, karena penulis ingin mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [13]. Terdapat 2 (dua) variabel yang digunakan dalam penelitian [13] ini, yaitu:

- Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.
- Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dimana peneliti sudah menyediakan jawaban untuk dipilih oleh para responden. Populasi dalam penelitian adalah semua pelanggan di Pengangkutan TS Medan. Teknik sampling yang digunakan adalah insidental sampling dimana teknik penentuan sampel dilakukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan demikian, jumlah sampel adalah sebanyak 40 orang pelanggan yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan penulis mulai periode 23 September 2020 - 27 Februari 2021. Penelitian ini menggunakan metode analisis data sebagai berikut:

- Uji Koefisien Korelasi
Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (*Independent*) dengan variabel terikat (*Dependent*).
- Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Koefisien Determinasi (R^2) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).
- Uji Regresi Linear Sederhana
Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.
Adapun model persamaan adalah sebagai berikut:
$$Y = a + bX + \epsilon \quad (1)$$

Penjelasan setiap variabel; Y= Kepuasan Pelanggan, a= Konstanta, b= Koefisien regresi variabel X, ϵ = *error term*, X= Kualitas Pelayanan.

- Uji Z
Uji Z digunakan untuk menguji apakah variabel independen/bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat atau tidak. Nilai Z_{tabel} telah ditentukan pada *alpha* sebesar 5%, sehingga dapat diperoleh angka sebesar 1,96. Dan suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$.

Metode perhitungan uji Z adalah sebagai berikut:
$$Z = r \frac{r}{\sqrt{n-1}} \quad (2)$$

Penjelasan setiap variabel; Z = Nilai z hitung, r = Nilai korelasi antara 2 variabel X dan Y, n = jumlah sampel

2.1 Kualitas Pelayanan

Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan [11]. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan [11] terdiri dari:

- Bukti Fisik (*Tangible*)
Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh:

gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya).

b. Keandalan (*Reliability*)

Adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Yakni suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

e. Empati (*Empathy*)

Maknanya memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk [11]. Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan [11], yaitu:

a. Kesesuaian harapan

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan memperoleh pelayanan yang sesuai atau melebihi yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Keinginan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan.

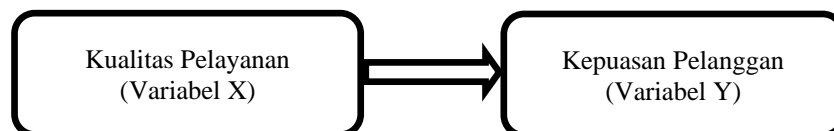
c. Kesiediaan merekomendasikan

Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

2.5 Hubungan Variabel

Kotler & Keller mengemukakan bahwa “*Product and service quality, customer satisfaction, and company profitability are intimately connected. Higher levels of quality result in higher levels of customer satisfaction, which support higher prices and often lower costs*” [12]. Yang berarti produk dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan berhubungan erat. Semakin tinggi hasil kepuasan menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dimana membantu tingginya harga dan pengurangan pengeluaran.

Adapun kerangka pikir yang bisa digambarkan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1. Kerangka Pikir

2.6 Hipotesis Penelitian

Terdapat dua jenis hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

a. Hipotesis Nol ($H_0 \rightarrow r=0$)

Hipotesis nol dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pengangkutan TS Medan.

b. Hipotesis Alternatif ($H_a \rightarrow r \neq 0$)

Hipotesis alternatif dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pengangkutan TS Medan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, kemudian dilakukan uji normalitas dan linearitas untuk memastikan terlebih dahulu agar data berdistribusi normal dan linear. Selanjutnya data ditabulasikan, kemudian dilakukan pengolahan menggunakan perangkat lunak pengolahan data, hasil pengolahan data dapat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengolahan

Jenis Uji	Hasil Penelitian
R / R-Square	0,751 / 0,564
Regresi Linear Sederhana	$Y = \alpha + bX + \epsilon$ B = 3,888 0,564
Z_{hitung}	4,69

Berdasarkan tabel 1, dapat dijelaskan bahwa hasil pengolahan memberikan pengertian sebagai berikut:

- Nilai korelasi (R) 0,751 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan positif dengan kepuasan pelanggan.
- Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,564 yang menunjukkan bahwa 56,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 0,436 atau 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Pada persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 3,888 artinya jika variabel independen kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 skala, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 3,888 skala.
- Kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,564 dan memiliki arah positif, ini berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,564 skala.
- Pada uji hipotesis diketahui bahwa $Z_{hitung} 4,69 < Z_{tabel} 1,96$, dengan demikian hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pengangkutan TS Medan. Berdasarkan hasil pembahasan, diketahui bahwa nilai korelasi (R) 0,751 yang artinya adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan positif. Koefisien determinasi menunjukkan hasil 0,564 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 56,4% terhadap kepuasan pelanggan sementara sisanya 0,436 atau 43,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil dari regresi linear sederhana diketahui bahwa nilai $a = 3,888$ dan nilai $b = 0,564$, dimana $Y = 3,888 + 0,564X + \epsilon$, menunjukkan jika kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan satuan (1), maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,564 kali. Pada hasil pengujian uji hipotesis, diketahui bahwa $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ ($4,69 > 1,96$), sehingga membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pengangkutan TS Medan.

REFERENCES

- Y. Yuliana, A. Arwin, D. A. Supriyanto Supriyanto, and E. Siemin, "A Study on the Challenges of Organisational Learning in Perguruan Tinggi Cendana, Medan-Indonesia," in *ICASI 2020: Proceedings of the 3rd International Conference on Advance & Scientific Innovation, ICASI 2020, 20 June 2020, Medan, Indonesia*, 2020, p. 129.
- Y. Yuliana, L. Lisa, N. Nancy, W. Chandra, and W. Aigan, "Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan," in *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 2019, vol. 1, no. 1.
- A. Arwin, E. S. Ciamas, R. F. B. Siahaan, W. Vincent, and R. Rudy, "Analisis Stress Kerja Pada PT. Gunung Permata Valasindo Medan," in *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 2019, vol. 1, no. 1.
- N. NUGROHO, E. CHUA, and W. P. HAN, "Analisis Motivasi Kerja Karyawan Bagian Pemasaran PT. Global Mitra Prima," *J. Ilm. Kohesi*, vol. 3, no. 3, 2019.
- A. AKBAR and M. JACKSON, "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PT. BANK CENTRAL ASIA CABANG GOLDEN TRADE MEDAN," *J. Ilm. SIMANTEK*, vol. 3, no. 1, 2019.
- W. VINCENT and N. NUGROHO, "Analisis Kepuasan Kerja Karyawan CV. Mitra Belawan Fishing Medan," *J. Ilm. Kohesi*, vol. 3, no. 1, 2019.
- T. UTAMA, R. WIDIANI, N. NUGROHO, and D. ANGGRAINI, "KOMPENSASI KERJA PADA KARYAWAN CV. JASA SUMBER ASAHAAN MEDAN," *J. Ilm. SIMANTEK*, vol. 3, no. 2, 2019.
- A. Arwin, Y. Yuliana, and E. Elika, "Dampak Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT Teguh Jaya Mandiri): Impact of Leadership and Work Environment on Employee Performance (Case Study at PT Teguh Jaya Mandiri)," *BISMA Cendekia*, vol. 1, no. 2, pp. 60–66, 2021.
- Y. Yuliana, A. Arwin, and J. D. Pratiwi, "Dampak Gaji dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Cipta Mandiri Agung Jaya)," *BISMA Cendekia*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2020.

- [10] W. LIUS, S. MEDIYANTI, R. F. B. R. SIAHAAN, and T. UTAMA, “Analisis Penyusunan Anggaran Pada CV. Buana Raya Medan,” *J. Ilm. Simantek*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [11] F. Tjiptono, “Service management (Edisi 3),” *Yogyakarta Andi*, 2017.
- [12] P. Kotler and K. L. Keller, “Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2,” 2021.
- [13] P. D. Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D,” *Penerbit CV. Alfabeta Bandung*, 2017.