

ABSTRAK

Pertumbuhan Industri di Jawa Barat khususnya Cirebon telah meningkatkan nilai ekspor non migas pada tahun 2011. Komoditi unggulan dari kota ini adalah mebel kayu rotan dan mebel kayu rotan plastik. Potensi daerah yang cukup besar tersebut haruslah didukung dengan sarana dan prasarana transportasi yang memadai, salah satu fasilitas yang ada di kota Cirebon adalah jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut atau jasa *trucking* angkut kontainer. Untuk dapat menciptakan suatu perusahaan menjadi salah satu perusahaan yang terus solid dan terus meningkatkan penjualannya, diperlukan penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa EMKL Saputra Trans Abadi.

Kualitas Pelayanan adalah Kualitas (*quality*) totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Philip Kotler 2009:5). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan spesifik yang berlaku di berbagai konteks pelayanan yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsive*, dan *assurance* (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009:111). Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler & Keller 2009 : 138-139)

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yaitu 50 pabrik yang menggunakan jasa EMKL Saputra Trans Abadi Cirebon. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa deskriptif kausal. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling* jenuh. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = -1,638 + 0,130X_1 + 0,363X_2 + 0,550X_3 + 0,309X_4 + 0,039X_5$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan kualitas pelayanan STA Cirebon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} (35,312) > F_{tabel} (2,011)$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial *emphaty*, *reliability*, dan *responsive* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Tangible* dan *assurance* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji koefisien determinasi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan persentase pengaruhnya 77,8%, sedangkan sisanya sebesar 22,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas pelayanan yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti bauran pemasaran, strategi pemasaran, harga, dan faktor lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Jasa