

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG
BERDAMPAK PADA LOYALITAS
(STUDI PADA PO.HARAPAN JAYA JURUSAN SOLO-JAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION THAT
IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY IN PO.HARAPAN JAYA ROUTE SOLO-JAKARTA***

Fuad Husen Ashari , Putu Nina Madiawati

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

fuadha@students.telkomuniversity.ac.id , pninamad@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

PO.Harapan Jaya adalah Perusahaan Otobus Harapan Jaya yang bergerak dibidang transportasi dan berdiri sejak tahun 1977, sampai saat ini rute-rute yang dilayani oleh pihak PO. Harapan Jaya adalah antar kota dalam provinsi dan antar kota antar provinsi di wilayah Jawa Timur sampai DKI Jakarta. Dalam hal kualitas pelayanan, perusahaan selalu ingin memberikan yang terbaik agar dapat memberikan rasa puas bagi pelanggan. Namun, pada implementasinya pelanggan PO.Harapan Jaya merasakan dan menemukan pelayanan yang kurang baik yang diberikan oleh penyedia jasa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas, kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel perantara, dan loyalitas pelanggan (Z) sebagai variabel terikat. Dari hasil analisis deskriptif ditemukan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 75%. Untuk kepuasan pelanggan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 77%, dan loyalitas pelanggan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 78%. Hasil analisis jalur menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 61,1% dan sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Lalu pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 34,4%. Sedangkan pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan(X) terhadap Loyalitas Pelanggan(Z) melalui Kepuasan pelanggan(Y) adalah sebesar 0,459 atau 45,9 %. Sisanya sebesar 54,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

Abstrack

PO.Harapan Jaya is a moving company Otobus Harapan Jaya In the field of transportation and established since 1977, until now the routes served by the PO. Harapan Jaya is an inter-city within the province and between cities between provinces in East Java to DKI Jakarta. In terms of service quality, the company always wants to provide the best in order to provide a sense of satisfaction for customers. However, the implementation of the customer PO.Harapan Jaya feel and find the poor service provided by the service provider. The purpose of this study to determine the effect of service quality on customer satisfaction that impact on customer loyalty. The variable used in this research is service quality (X) as independent variable, customer satisfaction (Y) as intermediate variable, and customer loyalty (Z) as dependent variable. From the results of descriptive analysis found that the responses of respondents to the overall service quality in both categories with a percentage of 75%. For customer satisfaction in good category with percentage of 77%, and customer loyalty in good category with percentage equal to 78%. The result of path analysis shows that there is influence of service quality to customer satisfaction is 61,1% and the rest of 38,9% influenced by other variable. Then the effect of customer satisfaction on customer loyalty is 34.4%. While the indirect influence of Quality of Service (X) on Customer Loyalty (Z) through Customer Satisfaction (Y) is equal to 0,459 or 45,9%. The remaining 54.1% is influenced by other variables outside this study

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty

1. Pendahuluan

Dalam hal menjalankan suatu usaha yang menyediakan pelayanan jasa transportasi darat khususnya bus antar kota antar provinsi, pihak manajemen perlu memikirkan suatu strategi untuk bersaing dengan usaha sejenis agar usaha tersebut dapat berjalan sesuai harapan pihak manajemen. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya pertumbuhan jasa transportasi darat khususnya bus antar kota antar provinsi dengan segmen fasilitas menengah kebawah sampai dengan kalangan menengah keatas. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, tingkat rata-rata pelanggan pada tahun 2015-2016 dapat diketahui bahwa jumlah penumpang PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta mengalami fluktuasi di setiap bulannya. Dengan adanya fakta tersebut memberi indikasi awal bahwa pelanggan merasa tidak mendapatkan kepuasan dari aspek kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh manajemen. Dalam jangka panjang, ketidakpuasan pelanggan akan memberikan dampak buruk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bagi perusahaan tersebut.

Rumusan masalah

1. Bagaimana kualitas layanan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?
2. Bagaimana kepuasan konsumen PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?
4. Berapa besar pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?
5. Berapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?
6. Berapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kualitas layanan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.
2. Mengetahui kepuasan konsumen PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.
3. Mengetahui loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.
4. Mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.
5. Mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.
6. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.

2. Tinjauan dan Lingkup Penelitian

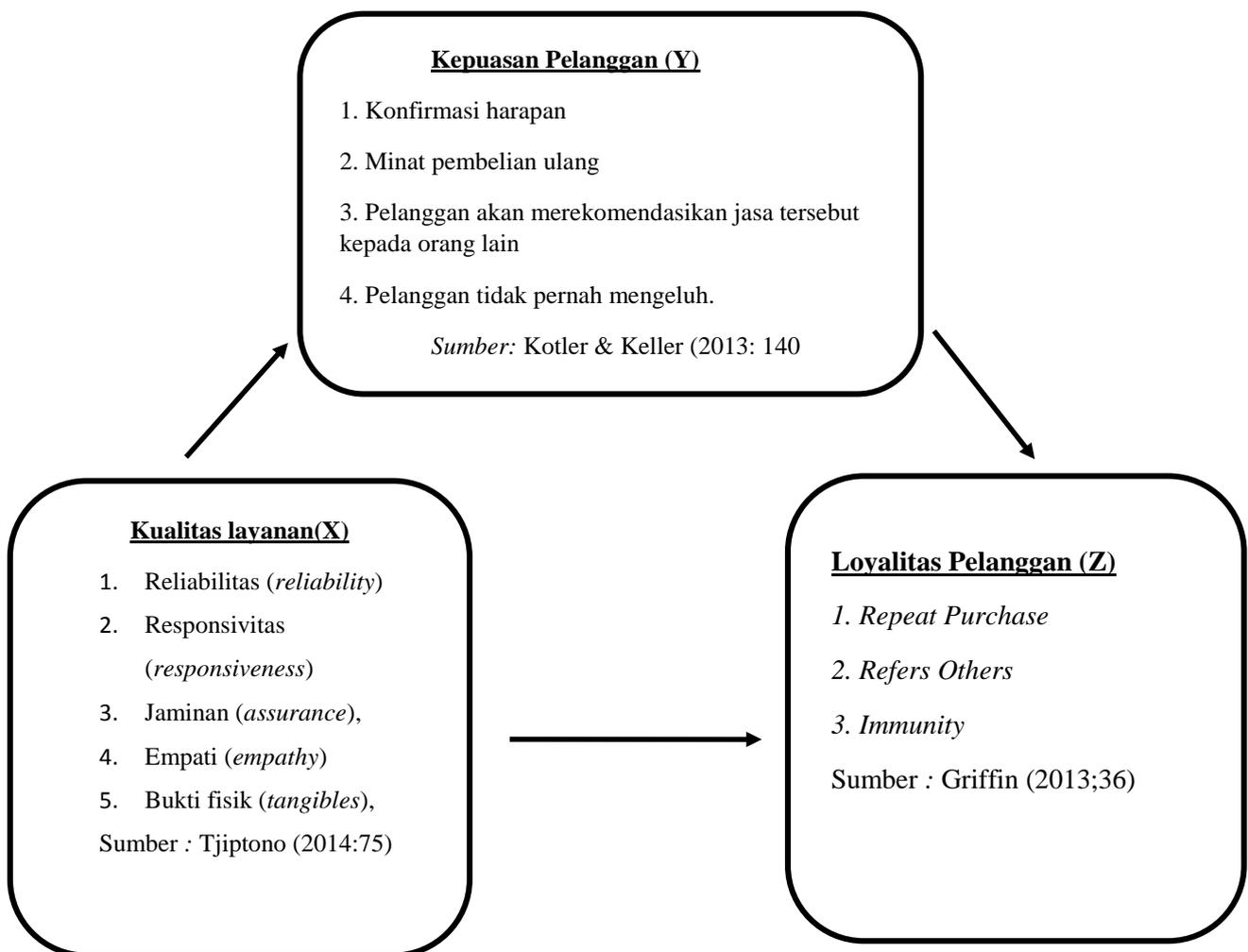
2.1 Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono,2014:75). dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah :1.) Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 2.) Responsivitas (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. 3.) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. 4.) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. 5.) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. (Kotler & Keller, 2013:140).) ciri-ciri pelanggan yang puas sebagai berikut: 1. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*) 2. Minat pembelian ulang/ menggunakan jasa itu kembali(*Repurchase Intern*) 3. Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain/kesediaan merekomendasikan (*Willingness to Recommend*) 4. Pelanggan tidak pernah mengeluh.

Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen yang kuat dari pelanggan, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha pemasaran dari produk lain yang berusaha membuat mereka beralih untuk membeli produk lain. (Griffin, 2013:31). karakteristik dari pelanggan yang loyal adalah sebagaiberikut: 1. *Repeat Purchase*, yaitu melakukan pembelian ulang secara teratur. 2. *Refer Others*, yaitu mereferensikan atau mengajak orang lain. 3. *Immunity*, yaitu menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan tersebut, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

Sumber : olahan data penulis

2.2 Hipotesis Penelitian

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna bus antar daerah PO.Harapan Jaya.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna bus antar daerah PO.Harapan Jaya.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna bus antar daerah PO.Harapan Jaya. melalui kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna bus antar daerah PO.Harapan Jaya.

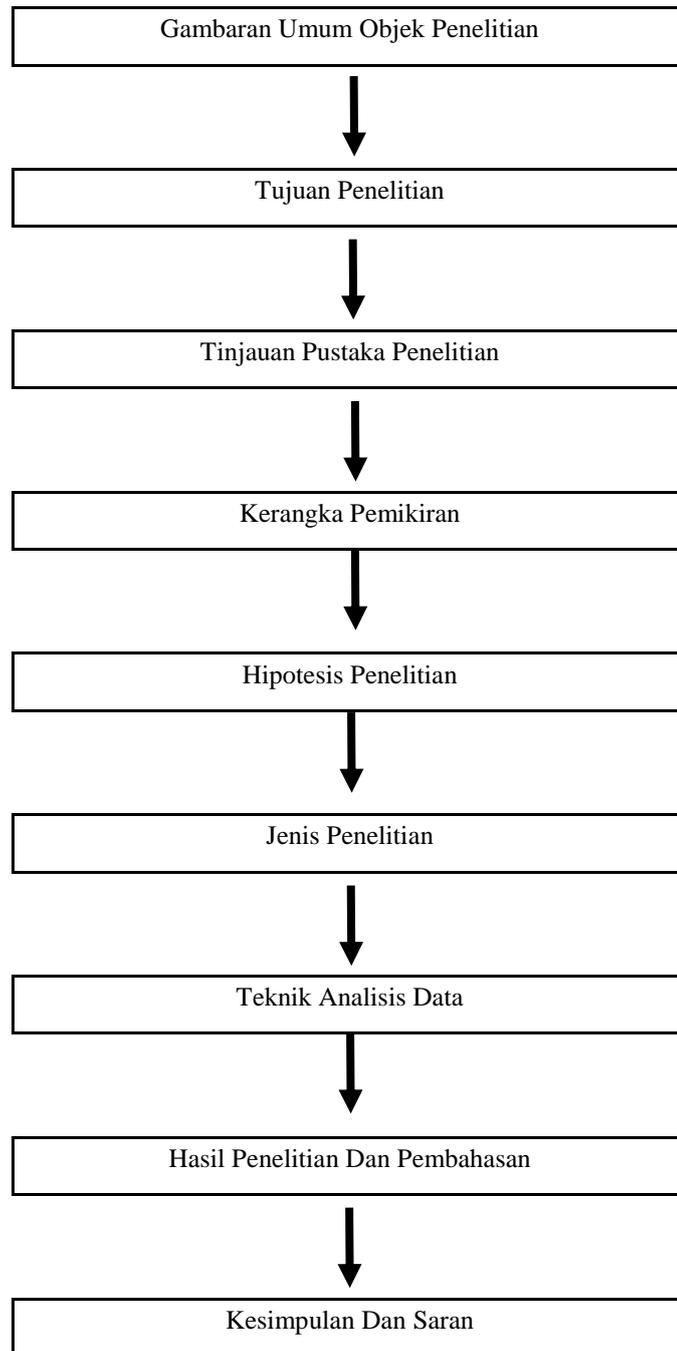
2.3 Lingkup Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel. Variabel *independent* yaitu kualitas layanan (X) dengan variabel *intervening* Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*) (Y), dan Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) sebagai variabel *dependent* (Z). Lingkup penelitian ini dilakukan pada penumpang bus PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta PP. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama empat bulan, dimulai dari bulan Februari hingga Juni 2017

3. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dan pengambilan responden menggunakan teknik *incidental sampling* dari perhitungan rumus Slovin yang didapat jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis* (Analisis Jalur).

3.1 Langkah Penelitian



Gambar 2

Tahapan penelitian

Sumber : Olahan Penulis , 2017

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data korelasi antar variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai F sebesar 154,29 dengan nilai probabilitas Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) . Sedangkan besar nilai R = 0,782 dan R square = 0,612 . Nilai sig. = 0,000 < nilai α = 0,05. Dengan demikian nilai probabilitas (*sig*) menunjukkan signifikan adalah sebesar 0,000 < 0,05 (*sig*) = 0,000. Maka, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha

diterima yang artinya adalah Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hubungan variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan mempunyai hasil korelasi nilai F sebesar 125,490 dengan nilai dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Sedangkan besar nilai R = 0,587 dan R square = 0,721 dengan demikian nilai probabilitas (sig) menunjukkan signifikan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 61,1%. Dengan kata lain, variabel tingkat Kualitas Pelayanan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 61,1%, sedangkan pengaruh sebesar 38,9% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil yang lain atas pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memberikan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 34,4%. Melihat Pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z) melalui variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,09 atau 9%. Sisanya sebesar 91% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Sedangkan Pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z) melalui variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,459 atau 45,9 %. Sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Nilai probabilitas (sig) menunjukkan signifikan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

a. Analisis Korelasi

Tabel 1
Analisis Korelasi

Correlations				
		KUALITAS LAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN	LOYALITAS PELANGGAN
KUALITAS LAYANAN	Pearson Correlation	1	.782**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	.782**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
LOYALITAS PELANGGAN	Pearson Correlation	.766**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

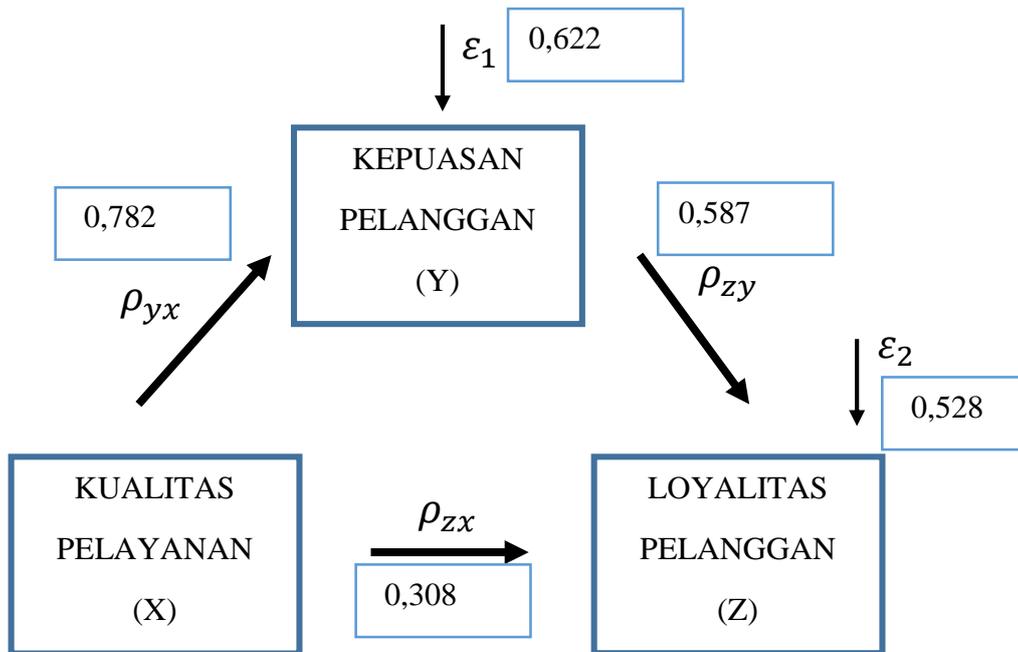
Sumber : hasil olahan data spss

Korelasi yang terjadi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,782. Artinya adalah terdapat korelasi yang sangat kuat. Sementara itu, angka probabilitas sebesar 0,00 yang dimana $0,00 < 0,05$ maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan

Korelasi yang terjadi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan variabel Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 0,766. Artinya adalah terdapat korelasi yang sangat kuat. Sementara itu, angka probabilitas sebesar 0,00 yang dimana $0,00 < 0,05$ maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan.

Korelasi yang terjadi antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 0,827. Artinya adalah terdapat korelasi yang sangat kuat. Sementara itu, angka probabilitas sebesar 0,00 yang dimana $0,00 < 0,05$ maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan.

b. Analisis Jalur



Gambar 2
Hubungan Kausal Sub-struktur 1 dan sub-struktur 2

Sumber: hasil olahan data penulis

Dari gambar 2 diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung terjadi antar variabel adalah sebagai berikut:

- Pengaruh langsung (X) terhadap (Y) $= \rho_{yx}X \cdot \rho_{yx}X$
 $= 0,782 \cdot 0,782$
 $= 0,611$ atau 61,1%
- Pengaruh langsung (Y) terhadap (Z) $= \rho_{zy}Y \cdot \rho_{zy}Y$
 $= 0,587 \cdot 0,587$
 $= 0,344$ atau 34,4%
- Pengaruh langsung (X) terhadap (Z) $= \rho_{zx}X \cdot \rho_{zx}X$
 $= 0,308 \cdot 0,308$
 $= 0,09$ atau 9%
- Pengaruh tidak langsung X terhadap Z melalui Y $= \rho_{yx}X \cdot \rho_{zy}Y$
 $= 0,782 \cdot 0,587$
 $= 0,459$ atau 45,9%

c. Rangkuman Koefisien Jalur

Berikut tabel 3 merupakan rangkuman hasil koefisien jalur

Tabel 3

Pengaruh langsung dan tidak langsung

Pengaruh Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		Total	Persentase
		Langsung	Tidak Langsung		
X terhadap Y	0,782	0,611	-	0,611	61,1%
Y terhadap Z	0,587	34,4		34,4	34,4%
X terhadap Z	0,308	0,09	-	0,09	9%
X terhadap Z melalui Y	-	-	0,459	0,459	45,9%

Sumber: hasil olahan data penulis

Hasil keseluruhan pengaruh antar variabel dijelaskan sebagai berikut :

- Pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,611 atau 61,1%. Sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
- Pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyaltas Pelanggan (Z) sebesar 0,344 atau 34,4% dan Sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
- Pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyaltas Pelanggan (Z) sebesar 0,09 atau 9% dan Sisanya sebesar 91% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
- Pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyaltas Pelanggan (Z) melalui variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,459 atau 45,9 %. Sisanya sebesar 54,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

- Kualitas Pelayanan yang dilakukan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta termasuk dalam kategori baik dengan persentase 75% ,dimana dimensi *realibility*(keandalan) yang paling menonjol diantara dimensi lainnya, karena dijelaskan pada item *realibility*(keandalan) pernyataan responden bahwa prosedur pembelian tiket yang mudah dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini menjadi nilai bagi perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Didapat pula dimensi yang paling rendah pada variabel Kualitas Pelayanan yaitu *emphaty*(kepedulian)
- Kepuasan Pelanggan atas kinerja PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta termasuk dalam kategori baik dengan persentase tanggapan dari hasil responden yaitu sebesar 77%. Hal ini ditunjukkan pada pernyataan Pelayanan yang diberikan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta secara keseluruhan menyenangkan hati dan pelanggan puas ketika dalam perjalanan sampai tujuan.
- Loyalitas pada konsumen PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta termasuk dalam kategori baik dengan persentase hasil responden sebesar 78%, dengan pernyataan

paling besar adalah pelanggan mengatakan hal positif terhadap PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta sehingga pernyataan tersebut menjadi nilai plus bagi perusahaan dalam bersaing terhadap pesaingnya.

- 4.) Dari hasil analisis dan pengolahan data dapat diketahui bahwa besar pengaruh Kualitas pelayanan(X) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta adalah sebesar 0,611 atau 61,1%. Sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Oleh karena itu kualitas pelayanan dengan dimensi-dimensi yang telah ada harus dipertahankan oleh perusahaan demi mendapatkan kepuasan pelanggan.
- 5.) Berdasarkan hasil analisis jalur dan pengolahan data dapat diketahui bahwa besar pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 0,344 atau 34,4 dan Sisanya sebesar 65.6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Oleh karena itu perusahaan harus bisa meningkatkan kinerja manajemen/karyawannya demi kepuasan pelanggan, sebab kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kata lain , pelanggan yang puas akan merasa loyal terhadap perusahaan.
- 6.) Besar pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) melalui Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 45,9%. Dan sisanya 54,1%.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat menjaga Kualitas Pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen selama ini karena dengan Kualitas Pelayanan yang bagus berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan yang nantinya akan berdampak pada Loyalitas Pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta.

5.2.2 Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk menggunakan transportasi umum agar pengguna jalan tidak semakin banyak dan memaksimalkan transportasi yang sudah ada sehingga bisa mengurangi angka kemacetan.

Dengan mengurangi angka kemacetan di jalan memberikan akses yang aman dan lancar bagi pengguna jalan sehingga angka kecelakaan bisa berkurang.

5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan PO.Harapan Jaya Jurusan Solo-Jakarta. Untuk penelitian selanjutnya disarankan:

1. Diharapkan adanya penelitian mengenai CSR(*Corporate Social Responsibility*) atau CRM (*Corporate Relationship Management*) dan lainnya untuk lebih mengetahui faktor lain diluar variabel Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat meneliti dengan sampel yang lebih banyak sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih representatif.