

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Kepabeanan (Studi Kasus di PT. Lancar Sukses Abadi Jakarta)

Denny Siregar, Fitriyah

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta

siregar1973@gmail.com, fitri_fitriyah89@yahoo.com

Abstrak – Berdasarkan data Bea Cukai, Perusahaan Penyedia Jasa Kepabeanan (PPJK) yang sudah memiliki Nomor Pokok Perusahaan Penyedia Jasa Kepabeanan (NPPPJK) mencapai 2,358 perusahaan. PT. Lancar Sukses Abadi merupakan salah satu kawasan perkantoran di daerah Jakarta Utara. Posisi perusahaan sendiri berada di urutan nomor ke 4 terhadap pesaingnya yang berada di daerah Jakarta Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Sampel penelitian sebanyak 60 responden dengan metode sampling jenuh dimana semua populasi dijadikan sampel. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis kuantitatif yaitu dengan memberikan skoring pada jawaban kuesioner dan mengolahnya. Semua data telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut, $Y = 13,47 + 0,11 X_1 + 0,53 X_2$. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan kesimpulan bahwa untuk variable X_1 (kualitas layanan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Y (loyalitas pelanggan) sedangkan variable X_2 (kepuasan pelanggan) berpengaruh signifikan terhadap variable Y (loyalitas pelanggan). Sedangkan hasil uji F disimpulkan bahwa kedua variable X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable Y (loyalitas pelanggan).

Kata Kunci – kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

I. PENDAHULUAN

Perdagangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara yang berpengaruh bagi masyarakat luas. Pada kehidupan sehari-hari manusia tak lepas dari hal perdagangan, perniagaan atau jual beli, bahkan kebanyakan manusia hidup dari hasil berdagang. Dengan terjadinya kegiatan perdagangan maka

ekonomi suatu negara akan terus selalu bergerak dan berputar sehingga masyarakat pun akan sejahtera. Pada awalnya perdagangan yang terjadi hanya bersifat lokal dan skalanya kecil hanya pada area dalam negeri atau lokal kemudian lambat laun perdagangan terus mengalami perkembangan dan cakupannya menjadi luas yaitu internasional atau disebut dengan perdagangan internasional yang merupakan

perdagangan antara satu negara ke negara lainnya yang terus berlanjut hingga masyarakat dapat merasakan manfaat yang menguntungkan dari berjalannya kegiatan perdagangan internasional. Manfaat dari perdagangan internasional itu sendiri yaitu : Meningkatkan devisa negara; Memperluas kesempatan kerja; Menstabilkan harga; Meningkatkan kualitas konsumsi masyarakat dan Mempercepat alih teknologi.

Perkembangan perdagangan internasional mempunyai peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara dimana perdagangan internasional merupakan kunci utama bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan karena perdagangan internasional merupakan motor penggerak pertumbuhan suatu negara.

Pertumbuhan ekonomi yang cepat akan mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat dan menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih unggul dari kompetitornya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan sehingga diharapkan pelanggan-pelanggan tersebut menjadi loyal.

Perusahaan Penyedia Jasa Kepabeanan (PPJK) merupakan badan usaha yang kegiatan operasionalnya yaitu membantu eksportir maupun importir di bidang kepabeanan dalam proses perdagangan

internasional yang kelangsungan hidup perusahaannya bergantung pada loyalitas pelanggan. Syarat yang harus dipenuhi PPJK agar dapat sukses dalam persaingannya adalah berusaha mencapai tujuannya dengan konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik daripada para pesaing yang dapat dicapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan agar para pelanggan menggunakan kembali jasa yang disediakan.

Berdasarkan data Bea Cukai, PPJK yang sudah memiliki Nomor Pokok Perusahaan Penyedia Jasa Kepabeanan (NPPPJJK) baru mencapai 2,358 perusahaan. Melihat pasar yang masih terbuka luas, banyak bermunculan PPJK. Hal ini menjadi masalah yang cukup besar untuk para pelaku bisnis PPJK karena akan menumbuhkan daya saing untuk meraih sukses dalam bisnis tersebut. Di Jakarta sendiri, Jakarta Utara khususnya dimana terdapat pelabuhan Tanjung Priok yang ramai sebagai pintu keluar masuk barang ekspor dan impor, jumlah PPJK sangat besar yaitu sebanyak 1106 perusahaan.

Salah satu perusahaan penyedia jasa kepabeanan di Jakarta Utara yaitu PT. Lancar Sukses Abadi (LSA). Perusahaan ini terletak di salah satu kawasan perkantoran di Jakarta Utara berdiri pada tahun 1996. PT. LSA menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis, dan pelangganlah yang menjadi

alasan keberadaan perusahaan. Untuk itu, perusahaan mempertahankan pasarnya melalui program pengembangan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/jasa tersebut. Dengan loyalitas pelanggan diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu.

Oleh karena itu, PT. LSA ini menjadi objek penelitian untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasanya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Kepabeanan Studi Kasus di PT. Lancar Sukses Abadi Jakarta".

II. LANDASAN TEORI

Kualitas adalah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kotler mengatakan bahwa produsen berhasil menyampaikan kualitas produk atau jasa jika produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan harapan pelanggan (Arif, 2007). Kualitas adalah Sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*) (Sinambela, 2010).

Menurut Sutedia (2007) (dalam Sunarto, 2007), pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan pelayanan, kenyamanan yang diberikan untuk pelanggan, lokasi yang strategis, harga yang bersaing. Sehingga pelayanan merupakan suatu bentuk prosedur yang diberikan dalam upaya memberikan kesenangan kepada orang lain dalam hal ini kepada pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (1994) (dalam Lupiyoadi, 2006), pelayanan diartikan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan cara penyampaiannya dalam memenuhi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Pendapat para

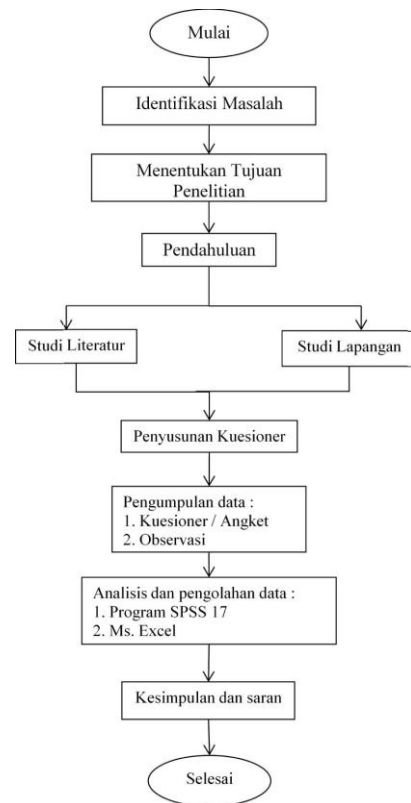
ahli di atas dapat di simpulkan kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Apabila layanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap buruk.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Kerangka berpikir adalah hasil pemikiran peneliti berdasarkan teori-teori yang ada tentang variabel yang di teliti dan dirumuskan dari masalah penelitian, yang dapat dituangkan dalam bagan alir seperti dibawah ini:

Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 3.1 Bagan Alir Kerangka berpikir (Sumber : Pengolahan data, 2016)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert untuk mendapatkan data. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung melalui email dan meminta responden untuk mengirimkannya kembali setelah diisi. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan 60 lembar kuesioner kepada pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi. Kuesioner dibagi menjadi dua yaitu pertama data responden dan kedua pernyataan dari kuesioner.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Untuk mendapatkan gambaran mengenai responden yang menjadi penelitian ini, berikut akan diuraikan klasifikasi responden berdasarkan : jenis kelamin, Jenis jasa yang digunakan, jumlah pengiriman perbulan, dan Jumlah container per dokumen.

Berdasarkan data kuisioner diatas diperoleh rekapitulasi data jawaban responden terbanyak yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terbanyak

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden		
		Jawaban	Jumlah	Persentasi (%)
1	Karyawan peduli dan ramah dalam memberikan pelayanan	Setuju	44	73
2	Karyawan jujur dalam melayani Pelanggan	Setuju	42	70
3	Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda	Setuju	40	67
4	Karyawan selalu baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan	Setuju	37	62
5	Kayawan cekatan dalam menangani permintaan pelanggan	Setuju	43	72
6	Karyawan mempunyai pengetahuan yang luas tentang proses kepabeanan	Setuju	32	53
7	Karyawan memiliki kemampuan dalam memberikan informasi kepada pelanggan	Kurang Setuju	25	42
8	Karyawan memberikan informasi yang tepat dan akurat	Setuju	39	65
9	Karyawan dapat diandalkan	Kurang Setuju	36	60
10	Anda merasa aman dan nyaman bekerjasama dengan PT. Lancar Sukses Abadi	Setuju	36	60
11	Perusahaan memiliki perlengkapan yang Terbaru	Setuju	39	65
12	Perusahaan bisa diandalkan	Sangat Setuju	33	55
13	Perusahaan menepati janji tepat waktu	Setuju	27	45
14	Perusahaan menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan	Setuju	36	60
15	Perusahaan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan	Setuju	34	57
16	Perusahaan memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan	Setuju	37	62
17	Perusahaan memberikan perhatian serius terhadap permintaan pelanggan	Setuju	38	63
	Perusahaan mempunyai jam kerja yang nyaman untuk pelanggan	Setuju	43	72
		Setuju	40	67

No	Butir Pernyataan	Jawaban Responden		
			Jumlah	Persentasi (%)
18	Anda merasa puas terhadap perlengkapan Yang dimiliki PT. LSA	Setuju	35	58
19	Anda merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan	Setuju	44	73
20	Anda merasa puas dengan biaya dari pelayanan yang diberikan	Setuju	35	58
21	Anda akan menggunakan kembali pelayanan dari PT. LSA	Sangat Setuju	32	53
		Setuju	27	45
22	Anda akan tetap setia menjadi pelanggan PT. LSA	Sangat Setuju	25	42
		Setuju	24	40
23	Anda akan beralih ke perusahaan lain	Kurang Setuju	40	67
24	Anda menggunakan layanan dari perusahaan lain	Setuju	41	68
25	Anda lebih sering menggunakan layanan jasa PT. LSA	Sangat Setuju	36	60
26	Anda selalu menempatkan PT. LSA sebagai pilihan utama Apabila harga yang ditawarkan PT. LSA lebih mahal dari perusahaan lain, Anda Akan tetap menggunakan jasa PT. LSA	Sangat Setuju	34	57
		Kurang Setuju	43	72
27	Anda akan merekomendasikan PT. LSA kepada orang lain	Setuju	40	67
28	Anda pernah merekomendasikan PT. LSA kepada orang lain	Setuju	27	45
29	Anda akan mengatakan hal-hal yang baik kepada orang lain mengenai PT. LSA	Setuju	37	62

Sumber : Pengolahan data, 2016

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Abadi berdasarkan perhitungan statistik uji t, nilai $t_{hit} = 0,73$

lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,002$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi berdasarkan perhitungan statistik uji t, nilai $t_{hit} = 3,79$ lebih besar dari $t_{tabel} = 2,002$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi. kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

3. Pengaruh loyalitas pelanggan dan pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi berdasarkan perhitungan statistik uji F, nilai $t_{hitung} = 11,35$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,159$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan PT. Lancar Sukses Abadi.

Setelah menguraikan kesimpulan, maka penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen dan diharapkan dapat bermanfaat untuk masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut agar loyalitas

1. Perusahaan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan pelanggan tetap terjaga dengan cara mengadakan training knowledge dan service excellence untuk karyawan.
2. Perusahaan selalu meningkatkan semua indikator dalam kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dilakukan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Arif. (2007). Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang: Banyumedia Publishing.

- Arikunto. (2010). Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cresswell. (2012). Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hasan, A. (2008). Marketing. Jakarta: PT Buku Kita.
- Lupiyoadi. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardikawati & Farida. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisien (Studi PO Efisien Jurusan Yogyakarta-Cilacap). Semarang: UNDIP Jurusan Administrasi Bisnis FISIP.
- Phillip, K & Keller, K. (2012). Marketing Management 14th Edition. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Pristanti, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada BPR Hembangun Artha Selaras Tulungagung. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri Fakultas Ekonomi.
- Sangadji & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis. Yogyakarta: ANDI.
- Sekaran, U. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinaga, P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Warnet Chamber Semarang). Semarang: UNDIP Fakultas Ekonomi.

- Siregar, S. (2015). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2013). Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi. Jakarta: ChangePublication.
- Supranto. (2009). Statistik Teori dan Aplikasi Edisi ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sinambela. (2010). Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sunarto. (2007). Manajemen 2 . Yogyakarta: Amus.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2016). Service Quality dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, H dan Setiady, P. (2015). Pengantar Statistika. Jakarta: Bumi Aksara.