

**DETERMINASI KUALITAS PELAYANAN: *RELIABILITY*,
ASSURANCE, *TANGIBLE*, *EMPATHY*, *RESPONSIVENESS* TERHADAP
 KEPUASAN PELANGGAN
 (Studi Kasus Pada J&T Express Lamongan)**

****(Priyanto Adi Wibowo¹, Abid Muhtarom²***

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan

Jl. Veteran No.53A Lamongan

Telp. (0322) 324706, Faks. (0322) 324706

Email : jpim@unisla.ac.id

ABSTRAK

J&T Epress Lamongan sebagai objek penelitian karena merupakan pusat dari J&T Express di wilayah Lamongan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada PT. J&T Express Lamongan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah accidental sampling sampel yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.000 < 0.05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel Reliability yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.000 < 0.05$. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, sedangkan alat yang digunakan untuk menganalisis data permasalahan yang ada yaitu menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F.

Hasil penelitian kualitas pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel Reliability (X_1) merupakan variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness dan Kepuasan Pelanggan*

Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Salah satu tantangan

terbesar dalam dunia bisnis di era ini adalah mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan

mempertahankan pelanggan yaitu kualitas pelayanan.

Masih banyak pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, sehingga membuat kualitas jasa yang dihasilkan sangat rendah dan tidak memuaskan konsumen. Hal ini membuat pelayanan perusahaan tersebut menjadi buruk di mata para konsumen dan akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri.

J&T Express sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

J&T Epress Lamongan berada di Jalan Kusuma Bangsa No 34 Lamongan. Lokasi ini di pilih sebagai objek penelitian karena merupakan pusat dari J&T Express di wilayah Lamongan.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di berbagai perusahaan. Panjaitan, Efendi, Januar, ec al (2016) mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Penelitian Tri Hari Koestanto.ec.al (2014) mengkaji

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Penelitian ini berjudul Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. J&T Express Lamongan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada PT. J&T Express Lamongan.

METODELOGI

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. Data yang di dapat akan di olah menggunakan alat statistika menurut Sugiyono (2015).

Data pelanggan J&T Express yang digunakan dalam penelitian. Data penelitian ini bersumber dari J&T Express Lamongan. Data kuisisioner yang digunakan dalam penelitian. Data ini bersumber dari jawaban responden pelanggan J&T Express Lamongan menurut Sugiyono (2015).

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F menurut Sugiyono. (2015).

Persamaan data statistik yang diperoleh dari jurnal penelitian Koestanto, Tri, Hari, *et all* (2015), Eva, Karla (2015), Khasanah,

Imroatul (2010), Khatimah, Husnul (2010), dan Panjaitan, Januar,ec al (2016) dapat memmberikan informasi dan kemajuan penelian dari permasalahan antara kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat disimpulkan dalam rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana dapat disimpulkan Y = kepuasan pelanggan; a = konstanta; $X_1 = Reliability$; $X_2 = Assurance$; $X_3 = Tangible$; $X_4 = Empathy$; $X_5 = Responsiveness$, dan e= error

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam variabel ini adalah :

1. Uji Validitas,
2. Uji Reliabilitas,
3. Uji Regresi Linier Berganda,
4. Koefisien Determinasi,
5. Uji t,
6. Uji F.

Analisisnya sebagai berikut:

1. Uji Validitas

No	Variabel/indicator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Reliability (X1)			
	Indikator 1 (X1.1)	0,75431	0,2272	Valid
	Indikator 2 (X1.2)	0,82277	0,2272	Valid
	Indikator 3 (X1.3)	0,86586	0,2272	Valid
2	Assurance (X2)			
	Indikator 1 (X2.1)	0,87129	0,2272	Valid
	Indikator 2 (X2.2)	0,88687	0,2272	Valid
	Indikator 3 (X2.3)	0,87898	0,2272	Valid
3	Tangibles (X3)			
	Indikator 1 (X3.1)	0,79345	0,2272	Valid
	Indikator 2 (X3.2)	0,74219	0,2272	Valid
	Indikator 3 (X3.3)	0,76263	0,2272	Valid
4	Empathy (X4)			
	Indikator 1 (X4.1)	0,81215	0,2272	Valid
	Indikator 2 (X4.2)	0,82343	0,2272	Valid
	Indikator 3 (X4.3)	0,79939	0,2272	Valid
5	Responsiveness (X5)			

	Indikator 1 (Y1.1)	0,80221	0,2272	Valid
	Indikator 2 (Y1.2)	0,75798	0,2272	Valid
	Indikator 3 (Y1.3)	0,74383	0,2272	Valid
6	Kepuasan Pelanggan (Y)			
	Indikator 1 (Y1.1)	0,837159	0,2272	Valid
	Indikator 2 (Y1.2)	0,711243	0,2272	Valid
	Indikator 3 (Y1.3)	0,620771	0,2272	Valid

Sumber: Exel 2007, data quisoner

Dengan r_{tabel} pada $df = n - 5$ (78-5) dan probabilitas 0,05 diperoleh $r_{tabel} = 0,2272$ menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel

dalam penelitian ini mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya bahwa semua indikator dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

R_{hitung}	0,71413
R_{tabel}	0,2272
Reliabilitas	Reliabel

Sumber: Exel 2007, data quisoner

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,2272$. Artinya semua variabel pada penelitian ini

dinyatakan reliabel sehingga dinyatakan baik untuk penelitian.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Method: Least Squares

Date: 04/02/18 Time: 06:22

Sample: 1 78

Included observations: 78

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.639191	1.040259	2.537051	0.0133
KEANDALAN	0.267399	0.056052	4.770569	0.0000
JAMINAN	0.140013	0.036511	3.834823	0.0003
BUKTI_FISIK	0.176165	0.053665	3.282689	0.0016
EMPATI	0.229928	0.051017	4.506892	0.0000
DAYA_TANGGAP	0.006682	0.043758	0.152692	0.8791

Sumber: Eviews 9, data quisoner

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari regresi berganda diatas maka dapat di bentuk suatu persamaan model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,639191 + 0.267399X_1 + 0.1400013X_2 + 0.176165X_3 + 0.229928X_4 + 0,006682X_5$$

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa, variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel *reliability* (X_1) karena memiliki nilai sebesar 0.267399. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel kualitas pelayanan paling dominan terhadap kepuasan pelanggan menurut Sugiyono (2015).

4. Koefisien Determinasi

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Method: Least Squares

Date: 04/02/18 Time: 06:22

Sample: 1 78

Included observations: 78

R-squared	0.644981	Mean dependent var	12.34615
Adjusted R-squared	0.620326	S.D. dependent var	0.937348
S.E. of regression	0.577572	Akaike info criterion	1.813836
Sum squared resid	24.01843	Schwarz criterion	1.995121
Log likelihood	-64.73960	Hannan-Quinn criter.	1.886408
F-statistic	26.16116	Durbin-Watson stat	1.997515
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 9, data quisoner

Dari analisis diatas diperoleh hasil perhitungan regresi yang dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari hasil R square sebesar 0.644981. Dari nilai R^2 tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap) secara bersama-sama telah mampu menjelaskan atau menerangkan keragaman dari variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Pengaruh variabel *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap)

terhadap kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hal ini sesuai jurnal Koestanto, Tri, Hari, et all (2015) Eva, Karla (2015), Khasanah, Imroatul (2010), dan Khatimah, Husnul (2010), Namun dalam jurnal Panjaitan, Januar, et all (2016) menolak jurnal sebelumnya bahwa pengaruh variabel *reliability* (X_1), *assurance* (X_2), *tangible* (X_3) *empathy* (X_4), dan *responsiveness* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memberikan kontribusi sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5. Uji t

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Method: Least Squares

Date: 04/02/18 Time: 06:22

Sample: 1 78

Included observations: 78

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.639191	1.040259	2.537051	0.0133
KEANDALAN	0.267399	0.056052	4.770569	0.0000
JAMINAN	0.140013	0.036511	3.834823	0.0003
BUKTI_FISIK	0.176165	0.053665	3.282689	0.0016
EMPATI	0.229928	0.051017	4.506892	0.0000
DAYA_TANGGAP	0.006682	0.043758	0.152692	0.8791

Sumber: Eviews 9, data quisoner

Dari hasil analisis uji t diperoleh nilai t_{hitung} *reliability* (4,77051), *assurance* (3,834823), *tangible* (3,282689), *empathy* (4,506892), dan *responsiveness* (0,152692) sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99300. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa variabel bebas *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *empathy* (X4), dan *responsiveness* (X5) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini

sesuai jurnal Koestanto, Tri, Hari, et. al (2015) Eva, Karla (2015), Khasanah, Imroatul (2010), dan Khatimah, Husnul (2010), Namun dalam jurnal Panjaitan, Januar, et. al (2016) menolak jurnal sebelumnya bahwa variabel bebas *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *empathy* (X4), dan *responsiveness* (X5) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

6. Uji F

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Method: Least Squares

Date: 04/02/18 Time: 06:22

Sample: 1 78

Included observations: 78

R-squared	0.644981	Mean dependent var	12.34615
Adjusted R-squared	0.620326	S.D. dependent var	0.937348
S.E. of regression	0.577572	Akaike info criterion	1.813836
Sum squared resid	24.01843	Schwarz criterion	1.995121
Log likelihood	-64.73960	Hannan-Quinn criter.	1.886408
F-statistic	26.16116	Durbin-Watson stat	1.997515
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 9, data kuisioner

Dari analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 26,16116 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,50. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa variabel bebas kualitas *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *empathy* (X4), dan *responsiveness* (X5) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini sesuai dengan jurnal Koestanto, Tri, Hari, et al (2015), Eva, Karla (2015), Khasanah, Imroatul (2010), dan Khatimah, Husnul (2010), Namun dalam jurnal Panjaitan, Januar, et al (2016) menolak jurnal sebelumnya bahwa variabel bebas kualitas *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *empathy* (X4), dan *responsiveness* (X5) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, secara positif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan koefisien 64,4% yang menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat. Variabel *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* secara positif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan *empathy* juga memberikan

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai jurnal Tri, Hari, et al (2015), Eva, Karla (2015), Khasanah, Imroatul (2010), dan Khatimah, Husnul (2010). Namun variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai Panjaitan, Januar, et al (2016). Dengan variabel yang paling dominan adalah *Reliability* nilai sebesar 0.267399.

Daftar Pustaka

- Panjaitan Januar, et. al, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2.
- Karla, Eva, 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Matahari Departement Store. *UG Jurnal* Vol. 9 No. 09.
- Koestanto, Tri Hari, et. al, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10.
- Wijyanto, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tinggi Rendahnya Nasabah Di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Salatiga. Volume 7 Nomor 2.
- Maskur, Muhammad, et. al, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi

Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia Volume VI*, No. 2, halaman 212 – 221.

Khasanah, Imroatul, et. al, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang. *Aset*, hal. 117-124 Vol. 12 No.2 ISSN 1693-928X.

Khatimah, Husnul (2010) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura).

Hardiyati, Ratih, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang Kotler, Philip, dan Kevin, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga dengan Power Macpro. Jakarta.

Kotler, amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran 2*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.