

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PT. Riksa Mandiri Pratama (PT Riksa Logistics))

Futry Windayani dan Ariya Purnamasari Dewi

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jl. Cempaka Putih Tengah No. 27, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 1051

E-mail : futrywindayani@gmail.com

ABSTRAK

PT. Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics) merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa kargo pengiriman barang yang telah berdiri dari tahun 2013. Pengiriman barang tahun 2020 dan 2021 pada Riksa Logistics mengalami penurunan dibandingkan pengiriman pada tahun 2019, rata-rata penurunan hampir 44 orang setiap bulannya sehingga membuat perusahaan khawatir untuk kelanjutan usahanya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah *customer* Riksa Logistics, teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling* dengan sample sebanyak 47 responden dengan menggunakan skala liker 5 poin. Pengolahan data dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda dengan uji hipotesis simultan dan parsial serta menggunakan FMEA. Secara simultan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikansi sebesar 94%. Secara parsial menunjukkan bahwa *Personal Contact Quality*, *Information Quality*, *Order Disperancy Handling* dan *Timeliness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan *Order Condition* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan FMEA dengan RPN tertinggi Tracking Pengiriman memiliki potensi prioritas untuk diperbaiki.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

PT. Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics) is a company engaged in freight forwarding services that has been established since 2013. Delivery of goods in 2020 and 2021 at Riksa Logistics decreased compared to shipments in 2019, an average decrease of almost 44 people per month, making the company worried about the continuation of its business. This research is a descriptive study using a quantitative approach method. The population in this study are Riksa Logistics customers, the sampling technique used is *Probability Sampling* with *Simple Random Sampling* technique with a sample of 47 respondents using a 5-point Liker scale. Data processing is carried out using multiple regression analysis techniques with simultaneous and partial hypothesis testing and using FMEA. Simultaneously the quality of service has a significant effect of 94%. Partially shows that *Personal Contact Quality*, *Information Quality*, *Order Disperancy Handling* and *Timeliness* have a significant effect on customer satisfaction while *Order Condition* has no effect on customer satisfaction. Based on FMEA with the highest RPN Shipping Tracking has priority potential to be improved.

Kata kunci: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Ditengah persaingan yang semakin kuat ini agar perusahaan dapat bertahan maka perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan yang baik diantara para pesaingnya. Dalam memenangkan persaingan tersebut salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya dengan memberikan layanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pengendalian dan perbaikan kualitas merupakan usaha yang dilakukan untuk menekan ketidakpuasan pelayanan yang dihasilkan. Hal tersebut dilakukan agar pelayanan yang diberikan memenuhi standar kualitas dari perusahaan. Apabila perusahaan ingin memiliki produk yang berkualitas baik dalam waktu yang relatif singkat maka harus dilakukan perbaikan kualitas serta perbaikan operasional dan pelayanan secara menyeluruh.

PT Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kargo pengiriman barang *domestic* dan *internasional*, *port to port* dan *door to door*, sebagai agen yang membantu para konsumen untuk mengirimkan barang sampai tempat tujuan dengan aman dan cepat. Saat ini Riksa Logistics hanya melayani pengiriman barang *domestic* saja, serta *volume* barang yang dikirimkan melalui Riksa logistics saat ini minimal 10 kg. Riksa Logistics telah berdiri sejak tahun 2013. Sesuai dengan slogan perusahaan yaitu "*the best cargo service*" riksa logistics sangat mengutamakan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Dibawah ini adalah merupakan data jumlah pelanggan di Riksa Logistics periode tahun 2019, 2020 dan 2021.

Tabel Data Pelanggan Riksa Logistics

Bulan	Jumlah Pelanggan	Bulan	Jumlah Pelanggan	Bulan	Jumlah Pelanggan
Jan-20	65	Jan-19	137	Jan-21	68
Feb-20	67	Feb-19	125	Feb-21	53
Mar-20	49	Mar-19	108	Mar-21	59
Apr-20	60	Apr-19	115	Apr-21	73
Mei-20	68	Mei-19	101	Mei-21	75
Jun-20	74	Jun-19	120	Jun-21	68
Jul-20	67	Jul-19	126	Total	396
Agus-20	65	Agus-19	99		
Sep-20	74	Sep-19	121		
Okt-20	51	Okt-19	103		
Nov-20	83	Nov-19	93		
Des-20	86	Des-19	90		
Jumlah	809	Jumlah	1338		

Sumber : Riksa Logistics

Berdasarkan Tabel data pelanggan dapat diketahui pada tahun 2020 dan 2021 bahwa jumlah pelanggan mengalami penurunan dari tahun 2019 rata-rata hampir 44 orang setiap bulannya, sehingga membuat perusahaan khawatir untuk kelanjutan usahanya, maka dari itu perusahaan harus berorientasi kedepannya. Perusahaan harus menemukan cara untuk menarik kembali perhatian pelanggan dan membuat pelanggan loyal terhadap perusahaan dengan salah satu caranya mempertimbangkan kepuasan pelanggan dengan mencari tahu pelayanan seperti apakah yang diharapkan oleh *Customer*, kemudian di bandingkan pada pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan, dengan demikian bisa diketahui apakah pelayanan tersebut berkualitas baik atau tidak. PT. Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics) tentunya akan selalu berupaya melakukan perbaikan terhadap kinerja pelayanan dan yang telah diberikan kepada *Customer*.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui penciptaan pelayanan yang berkualitas tinggi, dalam hal kenyataan janji, perhatian, empati dan jaminan. Jika kepuasan pelanggan tinggi akan memberikan keuntungan dalam jangka panjang demi keuntungan organisasi (Griffin, 2005:11). Menurut Mentzer (1999), dimensi-dimensi *logistics service quality* tidak hanya mengukur atribut fisik saja namun juga mengukur dimensi-dimensi yang lebih kualitatif. Dimensi kualitas layanan logistik yang diketahui ada 9, namun dikarenakan pelayanan yang ditawarkan oleh Riksa Logistics adalah jasa pengiriman barang sehingga dimensi kualitas yang digunakan hanya 5 yaitu *Personal Contact Quality*, *Ordering Procedures*, *Order Accuracy*, *Order Discrepancy Handling* dan *Timeliness*.

Personal Contact Quality dalam konteks ini merupakan semua pelaku usaha yang melakukan kegiatan pelayanan, transaksi atau dalam hal melayani pelanggan. Pernyataan *owner* Riksa Logistics bahwa semua karyawan dari Riksa Logistics terutama *Customer Service* harus memiliki keterampilan, pengetahuan tentang segala informasi dan produk yang ditawarkan oleh Riksa Logistics kepada pelanggan agar dapat terciptanya kepuasan pelanggan. *Ordering Procedures* dalam konteks ini membahas tentang prosedur pengiriman yang telah ditetapkan oleh Riksa Logistics agar dapat memberikan kemudahan

informasi kepada pelanggan. *Order Accuracy* digunakan untuk mengetahui jarak pengiriman yang dilakukan oleh pelanggan serta ketepatan jumlah dan jenis barang. Ketidaksesuaian barang yang di terima oleh penerima atau bisa juga di sebut *Order Discrepancy Handling* dalam konteks ini mengacu seberapa baiknya Riksa Logistics menangani ketidaksesuaian pengiriman barang. *Timeliness* dalam konteks ini membahas tentang ketepatan waktu yang telah dijanjikan oleh Riksa Logistics kepada pelanggan, waktu pengiriman dapat di pengaruhi juga oleh pesawat yang delay diakibatkan oleh cuaca yang pada saat itu tidak baik dan ada *misscom* dengan pihak maskapai, sehingga barang yang harusnya datang dengan tepat waktu harus mengalami kemunduran pengiriman. Dengan demikian penelitian yg akan dilakukan yaitu mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Riksa Logistics.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan Logistik

Sejak pertengahan 1980, *service quality* telah menjadi tema prioritas di dalam riset pemasaran dan riset logistik, sejalan dengan ketertarikan untuk meneliti *quality*, *quality management*, dan *satisfaction* di perusahaan perusahaan Saura, et al (2008). Menurut Mentzer (1999), dimensi-dimensi *logistics service quality* tidak hanya mengukur atribut fisik saja namun juga mengukur dimensi-dimensi yang lebih kualitatif. Dimensi-dimensi tersebut yaitu:

1. *Personnel Contact Quality*

Personnel contact quality mengacu pada orientasi pelanggan terhadap *contact people* dari bagian logistik perusahaan. Secara spesifik, pelanggan melihat tentang apakah staf layanan pelanggan berpengetahuan, berempati terhadap situasi pelanggan, dan membantu pelanggan menyelesaikan masalah mereka. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) berpendapat bahwa persepsi pelanggan terhadap *service quality* terbentuk pada saat *service delivery*.

2. *Order Release Quantities*

Order release quantities berkaitan dengan konsep ketersediaan produk. Pelanggan menjadi sangat puas ketika mereka dapat memperoleh kuantitas produk sesuai dengan yang mereka inginkan. Pentingnya ketersediaan produk telah lama disadari sebagai komponen kunci dari *logistics excellence*. Meskipun ketidaktersediaan produk dipercaya memiliki

dampak yang signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, namun sulit untuk menghitung dampak finansial dari penjualan yang hilang ini.

3. *Information Quality*

Information quality mengacu pada persepsi pelanggan terhadap informasi yang disediakan oleh perusahaan mengenai produk yang dapat dipilih oleh pelanggan. Jika informasi yang dicari oleh pelanggan tersedia dan memiliki kualitas yang memadai, pelanggan dapat menggunakan informasi ini untuk membuat keputusan.

4. *Ordering Procedures*

Ordering procedures membahas tentang efisiensi dan efektivitas dari prosedur yang dibuat oleh perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk membuat prosedur penempatan pesanan supaya efektif dan mudah digunakan oleh pelanggan.

5. *Order Accuracy*

Order accuracy mengacu pada seberapa dekat pengiriman sesuai dengan pesanan pelanggan. Ini termasuk ketepatan jenis barang dalam pesanan serta ketepatan jumlah barang.

6. *Order Condition*

Order condition membahas tentang kerusakan yang dapat terjadi dalam pesanan. Jika barang yang dipesan rusak, pelanggan tidak dapat menggunakannya dan harus menunggu substitusi dari perusahaan atau mencari dari penyedia layanan yang lain.

7. *Order Quality*

Order quality melihat seberapa baik produk berfungsi. Ini termasuk seberapa baik produk sesuai dengan spesifikasi produk dan kebutuhan pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan pembuatan produk.

8. *Order Discrepancy Handling*

Order discrepancy handling mengacu pada seberapa baik perusahaan menangani ketidaksesuaian dalam pesanan yang terjadi setelah pesanan sampai di pelanggan.

9. *Timeliness*

Timeliness membahas tentang apakah pesanan tiba di lokasi pelanggan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. *Timeliness* juga mengacu pada waktu yang dibutuhkan antara penempatan pesanan dan penerimaan oleh pelanggan. Waktu pengiriman dapat dipengaruhi oleh waktu transportasi, termasuk *back-order time* ketika produk yang dipesan oleh pelanggan tidak tersedia.

2.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjualan atau penyediaan barang/jasa dengan harapan dari pembelian itu sendiri. Tjiptono (2013:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam menyatakan misi, iklan.

Zeithaml, Bitner, dan Dwayne (2014:104) adalah, *"customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectation"*. Dimana menurutnya kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kotler, et al. (2013) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

2. Survei keputusan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2

arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

3. Ghost Shopping

Metode ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

4. Analisis kehilangan konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisis dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengonsumsi produk kita.

2.3. FMEA (Failure Modes and Effect Analysis)

Failure mode and effect analysis (FMEA) adalah sebuah metodologi yang digunakan untuk mengevaluasi kegagalan terjadi dalam sebuah sistem, desain proses atau pelayanan (*service*). Identifikasi kegagalan potensial dilakukan dengan cara pemberian nilai atau skor masing-masing moda kegagalan berdasarkan atas tingkat kejadian (*occurrence*), tingkat keparahan (*severity*) dan tingkat deteksi (*detection*). Pada potensi resiko yang memiliki kegagalan sistem dengan kemungkinan terjadinya dampak yang lebih besar. Sedangkan resiko merupakan suatu sistem yang tidak berfungsi sesuai keinginan kita untuk tetap memproduksi produk yang baik. Adapun penilaian pada setiap potensi – potensi tersebut dapat dinilai menurut skala seperti berikut:

1. Tingkat keparahan (*severity*) adalah sebuah penilaian pada tingkat keparahan pada suatu efek atau akibat dari potensi kegagalan pada suatu komponen yang berpengaruh pada suatu hasil kerja yang di periksa. *Severity* dapat dinilai pada skala 1 sampai 10 (Pamungkas, et al, 2019)

Tabel Kriteria *Severity*

Efek	Ranking
Berbahaya	1
Serius	2
Ekstrem	3
Mayor	4
Signifikan	5
Moderat	6
Minor	7
Sedikit	8

Sangat Sedikit	9
Tidak Ada	10

Sumber : (Wang dkk., 2009)

2. Kejadian (*occurrence*) adalah sebuah penilaian dengan tingkatan tertentu di mana adanya sebuah sebab kerusakan secara mekanis yang terjadi pada peralatan tersebut. Nilai tingkatan *occurrence* dapat diketahui kemungkinan terdapatnya kerusakan dan tingkat keseringan terjadinya kerusakan peralatan (Pamungkas., *et al*, 2019).

Tabel Kriteria Occurrence

Ranking	Possible Failure Rates	Probability of Failure
10	>1 in 2	Almost certain
9	1 in 3	Very High
8	1 in 8	High
7	1 in 20	Moderately High
6	1 in 80	Medium
5	1 in 400	Low
4	1 in 2000	Slight
3	1 in 15.000	Very Slight
2	1 in 150.000	remote
1	1 in 1.500.000	Almost Impossible

Sumber : (Wang dkk., 2009)

3. Deteksi (*detection*) adalah sebuah penilaian yang juga memiliki tingkatan seperti halnya *severity* dan *occurrence*. Penilaian tingkat *detection* sangat penting dalam menemukan potensi penyebab mekanis yang menimbulkan kerusakan serta tindakan perbaikannya (Pamungkas., *et al*, 2019).

Tabel Kriteria Detection

Ranking	Detection
10	Hampir tidak mungkin
9	Sangat Jarang
8	Jarang
7	Sangat Rendah
6	Rendah
5	Sedang
4	Agak Tinggi
3	Tinggi

2	Sangat Tinggi
1	Hampir Pasti

Sumber : (Wang dkk., 2009)

Setelah pemberian nilai dilakukan, setiap nilai akan dikalikan sehingga diperoleh nilai *risk priority number* (RPN). Nilai tersebut digunakan untuk membandingkan penyebab-penyebab yang teridentifikasi selama dilakukan analisis dari setiap potensi masalah. Kemudian dilakukan tahap perhitungan nilai *risk priority number* (RPN). Perhitungan RPN memiliki rumus sebagai berikut:

$$RPN = Severity \times Occurance \times Detection$$

Untuk batasan nilai peringkat keandalan RPN diberi nilai 200. Apabila gangguan atau kegagalan melebihi batas nilai dari RPN tersebut, maka dapat dijadikan acuan untuk dilakukan penanganan khusus berupa perbaikan dan perawatan (Dieter, 2000). RPN digunakan untuk merangking kelemahan proses dalam mempertimbangkan suatu tindakan korektif yang mungkin dapat mengurangi kekeritisian dan membuat sistem dapat lebih baik. Dengan melakukan analisa RPN diharapkan tingkat kegagalan komponen dapat diturunkan atau dihilangkan, dengan melakukan tindakan pencegahan seperti perawatan berkala.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sample

Menurut indrawati (2015:64), populasi keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda-benda yang menarik peneliti untuk telaah. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. Riksa Logistics.

Menurut sugiyono (2014:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama setiap unsur (anggota) populasi menjadi sampel (Sugiyono, 2014:118). Dengan teknik yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, karena populasi telah diketahui jumlah dan datanya. Penentuan ukuran *Sampling* menggunakan rumus Solvin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

.....(1)

Keterangan :

n : Ukuran Sample

N : Ukuran Populasi

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian akibat kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir, misalnya 2%, 5% atau 10%

Hasil : N : 396 populasi

e : 2% atau 0,02

Maka:

$$n = \frac{396}{1 + 396(2\%)}$$

$$n = \frac{396}{1 + 396(0,02)}$$

$$n = \frac{396}{8,92}$$

$$n = 44,39$$

$$n = 45$$

Jadi jumlah sampel yang diambil minimal sebanyak 45 responden. Kuisioner yang disebarkan sebanyak 55 lembar paket, namun kuisioner yang telah terisi sebanyak 47 responden, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 47 responden dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 2%.

3.2. Uji Validitas Dan Realibilitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono 2014:118). Suatu konstruk atau variabel dikatakan valid jika memberikan nilai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* > 0,30.

Menurut Suhartanto (2014:181) *Internal Consistency* menguji reliabilitas pada suatu waktu tertentu. Metode ini menggunakan teknik perhitungan *Alpha Cronbach*. Perhitungan *Alpha Cronbach* pada uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan komputer melalui bantuan *Software IBM (SPSS) Statistic versi 22.0 for Windows*.

3.3. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menafsirkan data-data dan keterangan yang telah diperoleh dari responden dengan cara mengumpulkan, menyusun dan mengkalifikasikan data-data tersebut agar diketahui bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics).

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menggunakan analisis regresi linear berganda, peneliti harus melewati tahap uji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum melakukan pengujian hipotesis, seperti Uji Normalitas, Uji Multikolonearitas, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Autokorelasi (Indrawati, 2015:189). Karena penelitian ini menggunakan data cross sectional, maka penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik berupa Uji Normalitas, Uji Multikolonearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel. Menurut Indrawati (2015:188) analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak atau bersamaan. Regresi linear berganda pada penelitian ini dinyatakan dalam rumus berikut:

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

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X_1 = *Personal Contact Quality*

X_2 = *Information Quality*

X_3 = *Order Condition*

X_4 = *Order Discrepancy Handling*

X_5 = *Timeliness*

a = Koefisien konstanta

$b_{1,2,3,4,5}$ = koefisien regresi

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis artinya menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2011:114)

3.4. Flowchart Metodologi Penelitian

Berikut adalah *FlowChart* metodologi penelitiannya :



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono 2014:118). Menurut pendapat Sugiono (Kurniawan, 2014:90), kriteria data valid jika koefisien korelasi *product moment* $>0,30$. Berdasarkan perhitungan yang di dapat diketahui bahwa semua indikator memiliki nilai $r < 0,03$ sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid dalam mengukur variabelnya masing-masing.

Menurut Indrawati (2015:115) nilai *Alpha-cronbach* minimal 0,70 menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang cukup baik. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas, masing-masing variabel memiliki

nilai koefisien reliabilitas di atas nilai koefisien Alpha Cronbach ($\alpha > 0,7$) sehingga dapat disimpulkan reliabel.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan secara keseluruhan

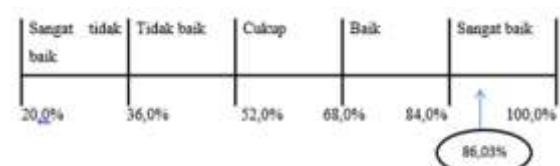
Tabel 1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan secara keseluruhan

Variabel	Persentase Skor Total
<i>Personal Contact Quality</i> (X1)	85,84%
<i>Information Quality</i> (X2)	84,11%
<i>Order Condition</i> (X3)	87,23%
<i>Order Desparancy Handling</i> (X4)	86,81%
<i>Timeliness</i> (X5)	86,17%
Rata-rata persentase total	86,03%

Sumber : Hasil pengolahan data

Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan secara keseluruhan dapat digambarkan pada garis kontinum di bawah ini:

Gambar 1. Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan



Berdasarkan tabel 1 secara keseluruhan Kualitas Pelayanan pada PT. Riksa *Logistics* menurut tanggapan responden berada pada kategori sangat baik. Hal ini terlihat dari persentase rata-rata total dari keseluruhan subvariabel Kualitas Pelayanan yang di dapat yaitu 86,03%.

4.2.2. Variabel Kepuasan Pelanggan

Gambar 2. Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan



Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang Kepuasan Pelanggan sebesar 85,96%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden menyatakan sangat setuju bahwa PT. Riksa Logistics memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.13790970
Most Extreme Differences	Absolute	.192
	Positive	.192
	Negative	-.144
Test Statistic		.192
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Berdasarkan dari table 2 diatas yang merupakan uji *kolmogorov-smirnov* diketahui bahwa nilai $p = 0,098$, sehingga H_0 diterima dimana dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolonearitas

Tabel 3. Uji Multikolonearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Personal Contact Quality (X1)	.156	6.392
	Information Quality (X2)	.152	6.587
	Order Condition (X3)	.481	2.080
	Order Discrepancy Handling (X4)	.108	9.235
	Timeliness (X5)	.112	8.942

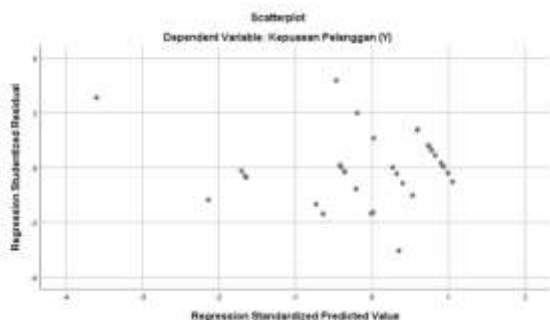
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolonearitas* pada model regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Model regresi tidak terjadi *heteroskedastisitas*, atau dengan kata lain terjadi *homokedastisitas*.

4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 20 dimana hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.370	.399	.929	.359
	Personal Contact Quality (X1)	.069	.027	.244	.016
	Information Quality (X2)	.156	.065	.238	.020
	Order Condition (X3)	-.092	.116	-.044	.431
	Order Discrepancy Handling (X4)	.496	.202	.287	.018
	Timeliness (X5)	.285	.119	.274	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4 didapatkan persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,370 + 0,069 X_1 + 0,156 X_2 - 0,92X_3 + 0,496 X_4 + 0,285 X_5$$

4.2.5. Uji Hipotesis

1. Uji F

Tabel 5. Anova

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	102.708	5	20.542	127.398
	Residual	6.611	41	.161	
	Total	109.319	46		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Timeliness (X5), Order Condition (X3), Information Quality (X2), Personal Contact Quality (X1), Order Discrepancy

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Mengacu pada hasil perhitungan SPSS pada tabel 5 diatas, maka diperoleh hasil signifikansi dari F sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang menandakan bahwa H_1 diterima dimana Dimensi Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji T

Analisis uji parsial dilakukan untuk mengetahui variabel independent yaitu dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial atau terpisah terhadap variabel dependent yaitu

kepuasan pelanggan. Dengan hipotesis seperti dibawah ini.

H₀ : Tidak ada pengaruh positif pada dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H₁ : Ada pengaruh positif pada dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 6 . Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.370	.399		.929
	Personal Contact Quality (X1)	.069	.027	.244	2.517
	Information Quality (X2)	.156	.065	.238	2.411
	Order Condition (X3)	-.092	.116	-.044	.795
	Order Discrepancy Handling (X4)	.496	.202	.287	2.457
	Timeliness (X5)	.285	.119	.274	2.388

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil uji secara parsial atau terpisah :

1. Variabel *Personal Contact Quality* (X1) disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima.
2. Variabel *Informasi Quality* (X2) disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima.
3. Variabel *Order Condition* (X3) disimpulkan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak.
4. Variabel *Order Discrepancy Handling* (X4) disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima
5. Variabel *Timeliness* (X5) disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima.

4.2.6. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

Tabel 7 . Hasil Uji Koefisien Determnasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.969 ^a	.940	.932	.402	1.861

a. Predictors: (Constant), Timeliness (X5), Order Condition (X3), Information Quality (X2), Personal Contact Quality

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber :Pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20

Berdasarkan dari tabel 7 diatas mengenai koefisien determinasi (R²) yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Dimana berdasarkan hasil pada tabel tersebut diketahui nilai R square sebesar 0,94 atau 94,0%.

4.2.7. FMEA (Failure Modes and Effect Analysis)

FMEA pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang akan harus diperbaiki pada PT Riksa Mandiri Pratama (Riksa *Logistics*). Setelah dilakukan perhitungan terhadap Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didapatkan penilaian oleh responden. Pada perhitungan sebelumnya di ketahui penilaian dari 47 responden diketahui X2 yaitu *Information Quality* dari lima sub variabel yang ada karena merupakan penilaian persentase terendah.

Berikut data nilai yang diberikan oleh 47 responden terhadap pertanyaan *Information Quality*.

Tabel 8 Nilai Pertanyaan *Information Quality*

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah	Skor total
	STP	TP	CP	P	SP		
Contact Person kantor yang -mudah untuk di hubungi melalui telepon / email	0	2	5	18	22	47	201
	0,00%	4,26%	10,64%	38,30%	46,81%	100,00%	85,53%
Tracking pengiriman yang mudah di lacak	2	2	5	21	17	47	190
	4,26%	4,26%	10,64%	44,68%	36,17%	100,00%	80,85%
Harga pengirimanyang ditawarkan relatif lebih murah	0	2	5	17	23	47	202
	0,00%	4,26%	10,64%	36,17%	48,94%	100,00%	85,96%

Sumber :Pengolahan data

Pendekatan FMEA digunakan untuk memperbaiki sistem kualitas informasi (*Information Quality*) yang diprioritaskan menurut urutan nilai terbesar hingga nilai terkecil dari hasil *Risk Priority Analysis* (RPN). Untuk mendapatkan nilai RPN, harus diketahui

terlebih dahulu nilai dari *severity*, *occurrence* dan *detection*. Dibawah ini adalah kriteria *severity*, *Occurance* dan *Detection* pada sub variable *Information Quality*, adalah sebagai berikut :

Tabel 9 Kriteria *severity*

No	Pernyataan	Rangking
1	Contact Person kantor yang mudah untuk di hubungi melalui telepon / email	10
2	Tracking pengiriman yang mudah di lacak	9
3	Harga pengirimanyang ditawarkan relatif lebih murah	8

Sumber :Pengolahan data

Tabel 10 Kriteria *Occurance*

No	Pernyataan	Rangking
1	Contact Person kantor yang mudah untuk di hubungi melalui telepon / email	1
2	Tracking pengiriman yang mudah di lacak	2
3	Harga pengirimanyang ditawarkan relatif lebih murah	1

Sumber :Pengolahan data

Penilaian tingkat *detection* sangat penting dalam menemukan potensi penyebab mekanis yang menimbulkan kerusakan serta tindakan perbaikannya (Pamungkas., *et al*, 2019).

Tabel 11 Kriteria *Detection*

No	Pernyataan	Detection
1	Contact Person kantor yang mudah untuk di hubungi melalui telepon / email	9
2	Tracking pengiriman yang mudah di lacak	8
3	Harga pengirimanyang ditawarkan relatif lebih murah	8

Sumber :Pengolahan data

Setelah diketahui skala atau peringkat pada setiap variabel RPN seperti *severity*, *occurrence*, dan *detection*. Dibawah ini adalah tabel hasil RPN :

Tabel 11 RPN

Pernyataan	S	O	D	RPN	Rank
Contact Person kantor yang mudah untuk di hubungi melalui telepon / email	10	1	9	90	2
Tracking pengiriman yang mudah di lacak	9	2	8	144	1
Harga pengirimanyang ditawarkan relatif lebih murah	8	1	8	64	3

Sumber :Pengolahan data

Berdasarkan analisa *Information Quality* menggunakan metode FMEA ini didapatkan nilai Tracking pengiriman yang hampir mendekati nilai batas RPN, sehingga untuk meminimalisir keluhan yang akan datang dari pelanggan dikemudian hari perusahaan diharapkan dapat membuat sistem tracking pada perusahaan, sedangkan *Contact Person* kantor memiliki nilai RPN $90 < 200$ dengan kata lain sebaiknya juga di lakukan perbaikan dengan cara melakukan pengecekan berkala pada email kantor dan menambah no telp kantor yang dapat dihubungi. Dan harga pengiriman yang sudah tertera saat ini juga harus di bandingkan dengan jasa pengiriman pesaing, karena apabila harga yang ditawarkan oleh jasa pengiriman yang lain sedikit lebih murah namun dengan kualitas pelayanan yang sama maka pelanggan akan berpindah menggunakan jasa pengiriman lain.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini berikut :

1. Pengaruh antara dimensi kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di PT Riksa Mandiri Pratama (Riksa Logistics) sebesar 94% sisanya sebesar 6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Terdapat empat pengaruh positif pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang didapatkan secara parsial sesuai persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,370 + 0,069 X_1 + 0,156 X_2 - 0,92X_3 + 0,496 X_4 + 0,285 X_5$$

Dimana Y merupakan kepuasan pelanggan, X1 merupakan *Personal contact quality*, X2 adalah *Information Quality*, X3 adalah *Order*

Condition, X4 adalah *Order Disperancy Handling* dan X5 merupakan *Timeliness*.

2. Berdasarkan FMEA dengan nilai RPN tertinggi yaitu 144 menyatakan bahwa tracking pengiriman memiliki potensi prioritas untuk diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di PT Riksa Mandiri Pratama (Riksa *Logistics*)

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Cv. Alfabeta: Bandung
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cv. Alfabeta: Bandung.
- Buchari, Herry. Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Cv. Undakarya: Bandung.
- Handayani, Ratih. 2011. *Mari Berkenalan Manajemen Logistik*. Bandung: Alfabeta.
- Handoko, T. Hani. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Japariyanto, Edwin. 2018. Pengaruh *Logistics Service Quality terhadap Customer Retention* dengan *Customer Statisfaction* sebagai *Variabel Intervening* pada Industri Ekspedisi Laut di Surabaya. Jurnal. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Panjaitan, Januar Efendi & Yuliati, Ai Lili, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung, Jurnal, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Puspita, Nia Budi. Arif Martanto 2014. Penggunaan FMEA dalam Mengidentifikasi Resiko Kegagalan Proses Produksi Sarung ATM (Alat Tenun Mesin) (Studi Kasus PT. Asaputex Jaya Tegal). Fakultas Teknik Universitas Diponegoro.
- Sedamaryanti dan Syarifudin Hidayat. 2011. *Metodologi Penelitian (Cetakan kedua)*. Bandung : CV. Mandar Maju
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung : Alfabeta
- Suharsaputra, uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung, Refika Aditama
- Sutawidjaya, Achmad H & Yulianti, Andani. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Pada PT. XYZ Logistics Indonesia). Jurnal. Fakultas Ekonomi. Universitas Widyatama.
- Sriwidodo, Untung. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah, Jurnal, Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- Sriyanto, Dyah Ika Rinawati & Audy Yumna Ardila. Analisis Moda Kegagalan Pencapaian Standar Waktu Pelayanan Kiriman *Pos Express* dengan metode FMEA di *Processing Center* Semarang 50400.
- Tiza, Mohd. Farid & Susanti, Febri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (KBP).

