

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Wahana Prestasi Logistik

The Influence Of Quality Service To Customer Satisfaction Pt. Wahana Prestasi Logistik

Faldyazra Devara Putra ¹, Tri Indra Wijaksana ²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, devaraputra@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id

Abstract

PT. Wahana Prestasi Logistik is a service company in Indonesia and serves customers by sending packages and documents. The quality of service from the company to consumers greatly affects the performance of a company through the role of human resources owned by the company. The research was conducted with the aim of testing the effect of service quality on customer satisfaction of PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana Express). Wahana Express delivery service users are used as the population in this study. In this study, there were 385 Wahana Express users who were taken using a non-probability sampling technique with purposive sampling. Each respondent completes a questionnaire regarding service quality and customer satisfaction. Based on descriptive analysis and simple linear regression, the results show that the service quality at Wahana Express is in the good category of (67%) and customer satisfaction is also in the good category of (66%). The magnitude of the influence on service quality and customer satisfaction at Wahana Express is (91.7%). The results of this study show that customer satisfaction and service quality at Wahana Express are in a fairly good category and have a positive and significant influence on customer satisfaction. In the future, Wahana Express will be able to increase speed and accuracy and be able to understand the problems of its customers.

Keywords: service quality, customer satisfaction

Abstrak

PT. Wahana Prestasi Logistik adalah sebuah perusahaan jasa yang ada di Indonesia dan melayani pelanggan dengan dalam pengiriman paket serta dokumen. Kualitas pelayanan dari perusahaan untuk konsumen sangat mempengaruhi kinerja dari suatu perusahaan melalui peran sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana Express). Pengguna jasa pengiriman Wahana Express digunakan sebagai populasi pada penelitian ini. Pada penelitian ini terdapat 385 pengguna Wahana Express yang diambil dengan teknik pengambilan data *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Setiap responden melengkapi kuesioner mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana, diperoleh hasil bahwasanya kualitas pelayanan pada Wahana Express terdapat dalam kategori baik sebesar (67%) dan kepuasan pelanggan juga pada kategori baik sebesar (66%). Besarnya pengaruh pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Wahana Express adalah (91,7%). Hasil penelitian ini menampilkan bahwasanya kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan pada Wahana Express dalam kategori cukup baik dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedepannya Wahana Express dapat mampu meningkatkan kecepatan dan ketepatan serta mampu memahami masalah para pelanggannya.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Bisnis e-commerce yang ada di Indonesia mendapati pertumbuhan dengan cukup signifikan. Dapat dilihat dalam tahun-tahun terakhir bahwasanya bisnis e-commerce ini termasuk bisnis yang trend dan menjadikan hal tersebut memungkinkan kesempatan dalam berbisnis di masyarakat. Perkembangan e-commerce yang begitu pesat dan cepat menimbulkan kesempatan untuk perusahaan yang berkecimpung pada bisnis e-commerce dan juga perusahaan penyedia jasa logistik dengan itu mampu melakukan kerja sama antar perusahaan penyedia jasa logistik dan perusahaan yang bergerak pada bisnis e-commerce. (Yasmin GA,2019). Dengan pertumbuhan e-commerce yang sangat pesat di Indonesia, maka jasa kurir semakin diperlukan dalam pendistribusian barang yang dibeli pada e-commerce. Secara geografis Indonesia ialah negara kepulauan dengan daerah sangat luas memaksa jasa kurir untuk memperluas jaringan usaha pada tiap daerah, termasuk wilayah yang terpencil.

Bisnis pada sektor logistik dan jasa pengiriman meroket saat adanya wabah pandemi Covid-19. Hal tersebut dikarenakan bertambahnya kegiatan pengoperasian digital masyarakat pada masa wabah pandemi Covid-19 termasuk di dalam aktivitas digital tersebut adalah berbelanja secara online atau kegiatan daring. Aktivitas tersebut yang membuat melonjaknya bisnis pada jasa pengiriman dan sektor logistik. Ketua DPP asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) Yuki Nugrahawan Hanafi menjabarkan bahwa aktivitas logistik yang masih jelas dan mampu bertahan bahkan dapat mengalami pertumbuhan yang positif dan signifikan ialah layanan pengiriman barang (courier service) dan layanan logistik e-commerce. Peluang tersebut terus dimanfaatkan oleh Wahana express dengan mulai mengembangkan pasar dengan pelayanan kurir di bagian retail, hingga waktu ini Wahana express mempunyai 53 kantor cabang lebih dari 3.500 mitra agen yang berada dari Sabang hingga Marauke dengan sistem online yang sudah terintegrasi serta otomatis yang efektif dan efisien bagi konsumen agar memudahkan mengetahui status pengiriman paket atau dokumen (www.wahana.com).

Dilansir dari (www.dignation.id) menjelaskan bahwa jasa pengiriman terfavorit di Indonesia yang mendapatkan peringkat teratas adalah JNE dengan mendapatkan 37,7%. Posisi kedua ialah J&T Express dengan persentase 32,1%. Kemudian Go-Send 13,2%, Selanjutnya adalah Pos Indonesia yang mendapatkan 6,6% dan di posisi terakhir ada pada jasa pengiriman Wahana Express sebesar 5,7%. Selama ini Wahana Express cukup jadi jasa kurir yang terpercaya dan unggul didalam hal pengiriman barang, namun karena adanya persaingan yang semakin banyak, selain itu masyarakat juga sudah lebih selektif dalam memilih jasa pengiriman yang menurutnya baik dalam pelayanannya. Salah satu yang merupakan hal penting dan harus diperhatikan dalam meningkatkan layanan kepada konsumen yaitu sopan santun, keramahtamahan, komunikatif, serta keterampilan yang dimiliki Wahana Express saat melakukan pelayanan terhadap konsumen. Akan tetapi akhir-akhir ini pelanggan didapati sering mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh Wahana Express, seperti : Barang yang tidak kunjung datang, tidak adanya kejelasan mengenai status lokasi barang berada, barang yang hilang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Wahana Express mengalami penurunan dan menjadi sangat tidak baik, hal tersebut akan memberi pengaruh kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan sangat rendah maka kepuasan pelanggan Wahana Express juga sangat rendah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis membahas seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wahana Express.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Dasar Teori

1. Pemasaran

Pemasaran yakni suatu hal yang terpenting didalam suatu bisnis, dimana menurut Kotler dan Armstrong (2018:29) menjabarkan A process by which companies create value for consumers and build strong interactions with customers, with the aim of receiving value in return from customers. Definisi tersebut berarti bahwasanya, Pemasaran yakni suatu prosedur dimana perusahaan memunculkan nilai bagi konsumen dan mewujudkan sebuah interaksi yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menerima imbalan berupa nilai dari pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

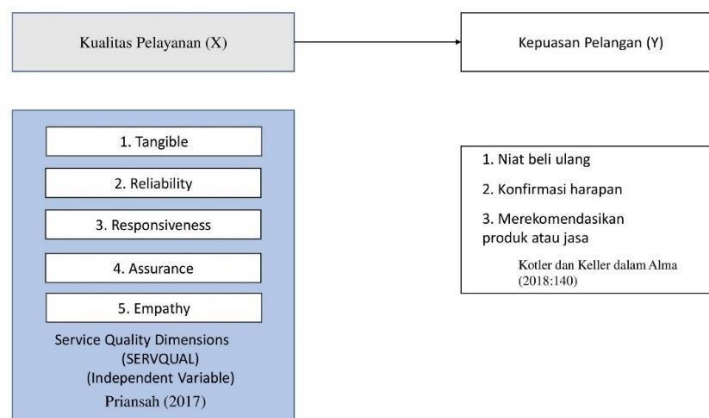
Indahingwati (2019:5) menyatakan bahwa suatu layanan memiliki kelebihan dan hanya pelanggan yang dapat memberikan nilai kepada suatu layanan tersebut disebut kualitas pelayanan. Tjiptono (2017), Kualitas Pelayanan termasuk usaha dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam memenuhi harapan dari konsumen. Selain itu menurut Priansah (2017) bahwasanya ada lima dimensi pokok yang sering dikenal dengan SERQUAL (service quality), dimana dipergunakan oleh pelanggan guna menilai status kualitas pelayanan. Dimensi ini terdiri dari *Reliability, Tangible, Responsiveness, Assurance, Empathy*.

3. Kepuasan Pelanggan

B. Menurut Nugroho dan Purnomo Edwin Setyo (2017), menjabarkan bahwasanya kepuasan pelanggan (konsumen) yakni salah satu yang termasuk elemen terpenting dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran pada sebuah perusahaan. Ketika pelanggan merasakan kepuasan dengan itu dapat meningkatkan intensitas pembelian dalam diri seorang pelanggan. Dengan munculnya tingkat kepuasan pelanggan dengan optimal sehingga dapat mendorong terbentuknya loyalitas pada diri pelanggan yang merasakan kepuasan. Menurut Kotler dan Keller dalam Alma (2018:140) kepuasan pelanggan memiliki dapat diukur dengan 3 dimensi yaitu Niat beli ulang, Konfirmasi Harapan, Merekomendasikan Produk.

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019:95) Kerangka berfikir yang tepat dan baik mampu menjabarkan dengan teori pertautan antara variabel yang nantinya diteliti. Secara teori perlu dijabarkan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen.



Gambar.1.Kerangkan pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif dipergunakan sebagai metode pendekatan di penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif memiliki landasan dasar dari filsafat positivisme, metode tersebut dipergunakan untuk meneliti suatu sampel atau populasi tertentu, penggunaan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, analisis data dengan sifat statistik atau kuantitatif, dan bertujuan membuktikan hipotesis yang sudah ditentukan.

B. Populasi dan Sampel

Penggunaan populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah memakai jasa pelayanan Wahana Prestasi Logistik (Wahana Express). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penarikan sampel yakni

metode *non-probability sampling*, yang mana sampel di penelitian ini ditujukan kepada responden yang pernah menggunakan jasa pelayanan Wahana Express sebanyak 385 responden.

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mendapat hasil apakah variabel independen dan dependen dengan distribusi normal ataupun mendekati normal. Pengujian apakah data merupakan distribusi normal ataupun tak dapat diketahui dari penyebaran data dengan menggunakan grafik (Ghozali, 2018).

b) Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan pengujian terhadap model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari setiap masing-masing residual pengamatan dengan hasil tetap menggunakan uji heteroskesdastisitas, homokesdasitas jika hasil tetap dan heteroskedastisitas jika hasil berbeda.

(Ghozali, 2018).

c) Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana adalah prosedur yang memiliki fungsi dalam menangkap hubungan linear antara satu variabel sebagai variabel independen dengan variabel dependen Jonathan dan Hendra (2017). Selain dipergunakan dalam mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel analisis regresi linear sederhana juga mampu menunjukkan arah hubungan antar satu variabel independen dan satu variabel dependen.

d) Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t disebut juga dengan kata lain uji signifikan individual. Menurut Sugiyono (2018; 223) Uji T adalah hipotesis terhadap rumusan masalah. Kegunaan dari uji t yaitu untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

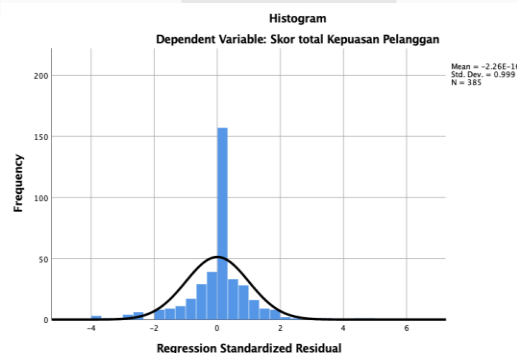
e) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mendapatkan besarnya nilai variasi dari variabel dependen dan dijabarkan oleh nilai variasi variabel independen menggunakan Koefisien Determinasi (R²). Sementara variabel sisa yang tidak dapat dijabarkan termasuk kedalam bagian variasi variabel lain yang tak ikut serta kedalam model (Ghozali 2018:179).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagan hasil menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan temuan secara logis, menghubungkannya dengan sumber referensi yang relevan..3

A. Uji Normalitas



Menurut gambar 2 menjelaskan bahwasanya grafik histogram mempunyai distribusi yang normal, bisa dilihat bahwasanya grafik yang terbentuk tidak miring ke arah kiri atau kanan dan bisa dikatakan membentuk pola lonceng. Dalam hal ini data berdistribusi normal sehingga Kriteria Kepuasan Pelanggan yang pertama dapat terpenuhi.

B. Uji Heteroskedastisitas

heteroskedastisitas dapat terjadi jika pada residual tidak memiliki varians konstan. Dengan melihat pada pola diagram pancar residual dalam pemeriksaan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1. Uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.196	.171		6.980	.000
1 Kualitas	-.006	.003			.016
Pelayanan			.123	2.416	

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan Peneliti

Pada tabel diatas bisa terlihat bahwasanya nilai Sig adalah 0.016 dan nilai ini bernilai lebih dari 0,05 dengan kata lain bahwasanya regresi tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

C. Analisis Regresi Linier sederhana

D. Tabel 2. Uji regresi linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.080	.218		-.365	.715
1 Kualitas	.209	.003	.958	64.971	.000
Pelayanan					

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan Peneliti

Merujuk pada hasil pengolahan data dalam tabel 2 bisa di rumuskan model persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = -0.08 + 0,209 X$$

Persamaan tersebut bisa dijabarkan seperti dibawah ini:

a = -0,08 mengandung arti bahwa apabila kualitas pelayanan bernilai nol (0), maka kepuasan pelanggan akan bernilai -0.08.

b = 0,209 memiliki arti bahwasanya masing-masing penambahan 1% Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,209.

E. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 3. Uji parial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.080	.218		-.365	.715
1 Kualitas Pelayanan	.209	.003	.958	64.971	.000

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan Peneliti

Merujuk didalam tabel 3 dapat terlihat bahwasanya nilai t hitung ialah sebesar 64.971. Selanjutnya nilai t tabel didapatkan dengan $(\alpha) = 5\%$ dan derajat Kebebasan $(df) = 385$, yaitu 2,060877. Maka didapatkan t hitung dengan nilai sebesar 64.971 lebih besar dari pada nilai t tabel sebesar 2,060877, maka dapat ditarik simpulan yakni menerima H_a dan menolak H_0 , yang memiliki arti bahwa secara parsial “Ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)”. Nilai t hitung 64.971 dianggap lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel 2,060877.

F. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Hasil uji determinasi (R^2)

D. Model	E. R	F. R Square	G. Adjusted R square	H. Std. Error of the Estimate
I. 1	J. .958 ^a	K. .917	L. .917	M. 1.319

a. Predictors : (Constant), Skor total Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan Peneliti

Dari tabel diatas bisa terlihat R Square dengan nilai Sebesar 0,917. Nilai ini memiliki arti bahwasanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ialah sebesar 91,7%, sementara variabel lain yang tak diteliti memengaruhi Kepuasan Peanggan dengan nilai sebesar 8,3%.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Merujuk dengan hasil penelitian dikemukakan oleh peneliti, peneliti mengambil keputusan dengan harapan dapat memberi solusi terhadap rumusan permasalahan didalam penelitian ini, adapau simpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan yang diberikan Wahana Express dengan lima dimensi secara keseluruhan berdasarkan hasil analisis berada dalam kategori baik.
- b. Tingkat Kepuasan pelanggan Wahana Express dengan tiga dimensi secara keseluruhan berdasarkan hasil analisis berada dalam kategori baik.
- c. Kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wahana Express sebesar 91,7%, selebihnya 8,3% (100%-91,7%) variabel lain yang tidak diteliti dapat memberi pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

B. Saran

1. Saran bagi Perusahaan

- a. Dilihat dari hasil tanggapan dari seluruh responden mengenai variabel kualitas pelayanan mendapatkan persentase terendah pada dimensi Reliability dengan indikator pernyataan adalah menurut saya, Wahana Express memberikan layanan kepada pelanggannya tanpa membuat kesalahan serta pada dinensi Responsiveness dengan indikator pernyataan menurut saya, Wahana Express memiliki pegawai yang melayani dengan cepat dan tepat dan terakhir pada dimensi Empathy dengan indikator pernyataan menurut saya, pegawai Wahana Express dapat memahami masalah para pelanggannya. Disarankan untuk Wahana

- Express memberikan pelatihan untuk pegawainya dan atasan tidak segan untuk selalu berkomunikasi kepada pegawai dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan.
- b. Berdasarkan hasil tanggapan dari seluruh responden mengenai pernyataan variabel kepuasan pelanggan mendapatkan persentase terendah pada dimensi merekomendasikan produk atau jasa dengan indikator pernyataan Saya akan merekomendasikan Wahana Express kepada orang lain. Disarankan perusahaan untuk meningkatkan layanan yang diberikan oleh pegawai serta pegawai disarankan untuk selalu berinisiatif membantu pelanggan jika sedang membutuhkan bantuan.
2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penggunaan variabel didalam penelitian tersebut adalah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana Express). Dalam hal ini peneliti mengajukan saran kepada peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan adapun beberapa faktor lain yang juga memberi pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dalam hal ini peneliti mengajukan saran sebagai bahan pertimbangan kepada peneliti selanjutnya supaya mendapatkan hasil yang mungkin dapat lebih variatif serta memeluas dasar teori yang sudah ada.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran agar dapat memperluas sampel tidak hanya konsumen Wahana Express tetapi juga selaku konsumen yang ada pada PT. Tri Adi Bersama (Anteraja) dengan tujuan agar dapat membandingkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

REFERENSI

- [1] Alma H. Buchari. 2017. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- [2] Fauziah Ana. (2018, Oktober) “ Nih, Kurir Pilihan Pembaca Digination” (Diakses 2021 dari: <https://www.digination.id/read/011787/nih-kurir-pilihan-pembaca-digination>).
- [3] Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- [4] Indahingwati, A. (2019). Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling. Surabaya: CV Jakad.
- [5] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- [6] Priansah, Doni. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Alfabeta:Bandung
- [7] Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Alfabeta, Bandung
- [8] Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta
- [9] Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia (2019). Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta : Andi
- [10] Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- [11] Wahana Express (2019, Januari) “Transformasi Wahana Express untuk industri kurir dan Logistik di Indonesia (Diakses 2021 dari: <https://www.wahana.com/transformasi-wahana-express-untuk-industri-kurir-dan-logistik-di-indonesia>).