
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LOGISTIK PADA KEPUASAN PELANGGAN

Oleh
Suroyo
STIE Tribuana
Email: suroyo@stietribuana.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komponen standar kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Tokai Rika, Indonesia. Populasi penelitian ini adalah 210 responden PT. Tokai Rika Indonesia, untuk menambah informasi tambahan dengan memaksimalkan penggunaan teknologi pendataan yang ada. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik suatu kesimpulan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan yaitu terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (kualitas layanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan), dengan koefisien korelasinya sebesar 0,703. Berdasarkan analisis regresi, koefisien determinasi adalah 0,494 atau 49,4%. Artinya proporsi variable Kepuasan Pelanggan PT. Tokai Rika Indonesia terhadap kualitas pelayanan logistik sebesar 49,4% sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh variable lain di luar kualitas pelayanan seperti pelatihan, motivasi, dan lain-lain. Berdasarkan analisis regresi diketahui.

Kata Kunci : Pelayanan Logistik, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam menarik konsumen saat ini. Saat ini perusahaan seperti kegiatan logistik juga membutuhkan fitur ini. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*) (Cannon, Perreault., 2009:11).

Mengingat sejarah pertumbuhan ekonomi yang semakin kompleks, seperti produktivitas barang yang diproduksi oleh pabrik atau perusahaan, maka industri logistik dalam perkembangannya telah menjadi ilmu dan harus mendapat perhatian khusus, bagaimana penyalurannya dan penyimpanannya serta pengelolaan hasil produk secara menyeluruh memerlukan penanganan khusus dan serius (Candra, 2013).

Distribusi logistik diibaratkan sebagai seperangkat fasilitas, setiap fasilitas mencakup pabrik produksi dengan gudang yang terhubung dan satu set pelanggan. Tujuan logistik adalah untuk mengirimkan produk jadi dan berbagai bahan dalam jumlah yang tepat

ke tempat yang diperlukan dengan biaya total terendah dalam waktu dan kondisi yang tersedia. (Bowersox, 2002). Kegunaan tersebut merupakan aspek penting dari operasi perusahaan dan juga pemerintah. Semua bentuk perilaku yang terorganisir membutuhkan sokongan logistik (Bowersox, 2002)

Dengan kata lain, pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Di mana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya. Karena jika tidak demikian, maka perusahaan akan ditinggalkan oleh pelanggannya seperti pendapat yang dikemukakan di bawah ini.

Dalam aktivitas logistic, pelayanan harus dipandang sebagai satu kesatuan dari produk yang ditawarkan. Tanpa pemahaman seperti itu, sangat sulit suatu perusahaan untuk dapat memasuki persaingan yang semakin kompetitif. Sebagai suatu kemutlakan bagi setiap perusahaan dalam memasuki kancah persaingan yang semakin kompetitif, konsumen harus dipuaskan, di mana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan

harapannya dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal, merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut.

Tjiptono (2010:126) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu: (1) kehandalan (*reliability*), sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (2) daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (3) jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (4) empati (*empathy*), sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan, dan (5) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Perusahaan harus mempertimbangkan aspek-aspek tersebut untuk menghindari berbagai pengalaman yang dapat mengakibatkan kegagalan. Banyak pelanggan beralih ke produk yang memenuhi harapan mereka. Jika hal ini terjadi tentunya akan sangat merugikan kegiatan usaha perusahaan. Dibandingkan dengan biaya mempertahankan pelanggan lama, perlu diingat bahwa biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih tinggi. Merupakan prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan, adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen. Karena itu pihak pemasar di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan

pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan. Dalam arti, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin prioritas utama yang perlu diperhatikan ketika mengevaluasi pentingnya kualitas layanan suatu perusahaan adalah sejauh mana layanan tersebut dapat menciptakan kepuasan terbesar bagi konsumen. Oleh karena itu, pemasar harus memahami dan memahami setiap dimensi ketika merumuskan kebijakan layanan, dan memperlakukannya sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan oleh setiap konsumen, sehingga kebijakan layanan perusahaan dan konsumen percaya bahwa perusahaan melaksanakan kebutuhan dan persyaratan penting. Tidak ada kesenjangan antara ekspektasi. . Dalam arti, kualitas layanan harus memenuhi harapan setiap konsumen. Pada tingkat konsistensi yang lebih tinggi antara ekspektasi dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, disinilah terciptanya nilai kepuasan terbesar.

Hasil penelitian sebelumnya sebagaimana dilaporkan oleh Wiyono dan Wahyuddin (2015) dalam studi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di RS Islam Manisrenggo Klaten menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di RS Manisrenggo Klaten.

Atmawa dan Wahyuddin (2014) melakukan penelitian terhadap 100 orang pelanggan Matahari Departemen Store di Solo Grand Mall. Hasil penelitian Atmawa dan Wahyuddin (2014) menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji ekspektasi B atau Exp (B) diketahui bahwa kontribusi yang diberikan variabel empati

terhadap kepuasan konsumen yang paling besar dibandingkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian survei, di mana dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan sebagai alat pengumpul data yang pokok. Pengertian survei dibatasi pada *survey sample* di mana sebagian populasi diambil untuk mewakili seluruh penelitian (Singaribun dan Effendi, 1989:3).

Pada penelitian ini penyusun mengambil obyek penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Tokai Rika Indonesia). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Dalam penelitian, analisis statistik yang digunakan adalah analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian validitas dan realibilitas diperlukan untuk mengetahui valid dan reliable atau tidak instrumen penelitian yang digunakan. Instrument penelitian yang valid dan reliabel akan menghasilkan data yang valid dan reliable juga. Sebaliknya, jika instrumen penelitian tidak valid dan tidak reliabel, maka data yang didapat tidak valid dan tidak reliabel. Jadi, instrument yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel.

Jika r_{hitung} butir instrument lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen dinyatakan valid dan sebaliknya. Untuk menguji realibilitas dapat dilihat dari r_{alpha} . Menurut Sugiyono (2012 : 184) ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Tabel 2. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012 :184)

Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 2. Pengujian Validitas terhadap Variabel kualitas pelayanan (X)

($n - 2 = 39$, $r_{tabel} = 0,316$ $\alpha = 5\%$)

Pertanyaan	Rhitung	r-tabel	Kesimpulan
Butir 1	0,515	0,316	Valid
Butir 2	0,606	0,316	Valid
Butir 3	0,364	0,316	Valid
Butir 4	0,484	0,316	Valid
Butir 5	0,588	0,316	Valid
Butir 6	0,458	0,316	Valid
Butir 7	0,472	0,316	Valid
Butir 8	0,445	0,316	Valid
Butir 9	0,694	0,316	Valid
Butir 10	0,540	0,316	Valid
Butir 11	0,659	0,316	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS for windows 19, 2013

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua r_{hitung} butir pertanyaan yang terdapat dalam variable kualitas pelayanan (X) lebih besar r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang tercakup dalam variable kempensasi valid.

Tabel 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	11

Sumber : Pengolahan data SPSS for windows 19,2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa alpha sebesar 0,834. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan sangat reliabel, karena berdasarkan ukuran alpha (Tabel 4,22), nilai alpha variable kualitas pelayanan (X) terletak di antara 0,80 – 1,000.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja (Y)

Tabel 4. Pengujian Validitas Terhadap Variabel kinerja (Y)

($n - 2 = 39$, $r_{tabel} = 0,316$ $\alpha = 5\%$)

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Butir 1	0,740	0,316	Valid
Butir 2	0,635	0,316	Valid
Butir 3	0,545	0,316	Valid
Butir 4	0,367	0,316	Valid
Butir 5	0,588	0,316	Valid
Butir 6	0,321	0,316	Valid
Butir 7	0,784	0,316	Valid
Butir 8	0,357	0,316	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS for windows 19, 2013

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua rhitung butir pertanyaan yang terdapat dalam variable Kepuasan Pelanggan (Y) lebih besar r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang tercakup dalam variable kinerja valid.

Tabel 5. Reliability statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	8

Sumber : Pengolahan Data SPSS for windows 19,2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa alpha sebesar 0,839. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kinerja sangat reliabel, karena berdasarkan kemantapan ukuran alpha (Tabel 4,22), nilai alpha variable kinerja (X) terletak di antara 0,80 – 1,000.

Uji Hipotesis

Langkah –langkah pengujian hipotesis :

a. Menentukan hipotesis

$H_0 = \beta = 0$: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan logistik terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tokai Rika Indonesia.

$H_1 = \beta \neq 0$: Ada pengaruh kualitas pelayanan logistik terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tokai Rika Indonesia.

b. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan, dengan (a) :

5% $t_{tabel} = (a, n-2)$

$t_{tabel} = (5\%, 41-2)$

$t_{tabel} = (5\%, 39)$

$t_{tabel} = (5\%, 39)$

$t_{tabel} = 2,022$

Keterangan :

a = resiko kesalahan / taraf signifikan

n = Jumlah Data

-2 = Konstanta

H_0 ditolak jika (-) $t_{tabel} < t_{hitung} >$ (+) t_{tabel}

H_1 diterima jika (-) $t_{tabel} < t_{hitung} >$ (+) t_{tabel}

c. Menentukan thitung

Dari tabel 4.30 (*Coefficients^a*) maka t_{hitung} adalah sebesar 6,176 d. Hasil Uji Hipotesis

Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} (6,176) $> t_{tabel}$ (2,022), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif, kuat dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tokai Rika Indonesia.

Pembahasan

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan pada bagian sebelumnya diketahui ada pengaruh sebesar 49,4 % atau sama dengan 0,494 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang berupa gaji, tunjangan, bonus yang diberikan PT. Tokai Rika Indonesia mempunyai pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Sebaliknya juga dapat berpengaruh jika kualitas pelayanan logistik yang diberikan oleh PT. Tokai Rika Indonesia mengalami penurunan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami penurunan. Artinya, kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jika kualitas pelayanan yang di berikan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat sehingga dapat berpengaruh kepada kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya dan akan memajukan jalannya usaha perusahaan ke masa-masa berikutnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan yaitu:

1. Ada hubungan yang kuat antara variabel independen (kualitas layanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan), dan koefisien korelasinya adalah 0,703.
2. Berdasarkan analisis regresi diperoleh koefisien determinasi sebesar 0.494 atau 49.4%. Artinya persentase variabel kepuasan pelanggan PT. Kualitas layanan logistik Tokai Rika Indonesia adalah 49,4%, sedangkan sisanya 50,6% dipengaruhi oleh variabel selain kualitas layanan (seperti pelatihan, motivasi, dll.).

Berdasarkan analisis regresi diketahui. Konstanta (a) sebesar 5,244 artinya jika tidak ada kualitas layanan maka kepuasan pelanggan adalah 5,244 unit. Koefisien regresi (b) sebesar 0,367 yang menunjukkan bahwa untuk setiap

peningkatan 1 (1) satuan kualitas pelanggan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,367 unit. Sebaliknya jika kualitas layanan turun sebesar 1 (satu) unit maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0.367 unit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cannon, Perreault dan McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat
- [2] Candra, R N. 2013. *Hubungan Pola Konsumsi Makanan Jajanan Dengan Status Kesehatan Anak Usia Sekolah Di SDN Ketintang I Surabaya*. Ejournal Boga. 2, (1), 183 – 189.
- [3] Bowersox, D.J. 2002. *Supply Chain Logistics Management*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- [4] Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN