

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Taksi Konvensional
(Studi Kasus pada Pelanggan Taksi Kosti Semarang)**

Elisabeth Diandra Rachelia

Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro

Email : diandradida95@gmail.com

Dosen Pembimbing :

Widayanto, S.Sos, M.Si

Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro

ABSTRACT

The competition taxi companies in Semarang city runs tightly, not only conventional taxies but also taxies online. Kosti taxi is one of the taxies affected this business competition. Sampling techniques use Purposive Sampling. Methods of data analysis and testing use mediation analysis of Partial Least Square, namely the WarpPLS 3.0. The test results direct influence of quality service , customer value to the customer loyalty through customer satisfaction indicates a significant influence. Test results influence indirect of the variables also indicate a significant influence . The result of customer's satisfaction as the pemediasi variable in the model is partial mediation. Based on indicators that have the lowest value, the researcher suggests to evaluate taxi driver service quality like to response customer complain, pay attention to the accuracy of argo payments, increase social customers value and improve the application of Kosti Taxi with add features attract customers.

Keywords: Taxi, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan taksi di Kota Semarang semakin ketat, tidak hanya antar taksi konvensional tetapi juga kemunculan taksi online. Taksi Kosti adalah salah satu taksi yang terkena dampak persaingan bisnis ini. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan populasi sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan Taksi Kosti. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode analisis data dan pengujian mediasi menggunakan analisis Partial Least Square, yaitu WarpPLS 3.0. Hasil perhitungan WarpPLS dapat dijelaskan bahwa hasil uji pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada model penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil uji pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan juga menunjukkan hasil yang signifikan. Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi dalam model adalah *partial mediation*. Berdasarkan indikator yang memiliki nilai terendah, peneliti menyarankan agar mengevaluasi kinerja pengemudi taksi dalam menanggapi keluhan pelanggan, memperhatikan keakuratan argo pembayaran, meningkatkan nilai sosial pelanggan dan memperbaiki aplikasi Taksi Kosti dengan menambahkan fitur yang menarik pelanggan.

Kata Kunci : Taksi, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Bagi sebuah negara, transportasi menjadi salah satu elemen yang memegang peranan penting dalam rangka menyejahterakan rakyatnya. Sistem transportasi baik itu darat, laut maupun udara yang menjadi urat nadi pembangunan suatu wilayah selalu berhubungan erat dengan kemajuan teknologi. Banyaknya transportasi darat yang ada di Indonesia menyebabkan beberapa permasalahan seperti kemacetan di kota besar dan rusaknya lingkungan karena polusi dari kendaraan bermotor. Salah satu transportasi darat yang berkembang di Indonesia adalah taksi. Taksi merupakan salah satu transportasi darat yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Persaingan bisnis taksi di Indonesia semakin ketat, salah satunya di Kota Semarang. Banyaknya taksi konvensional yang ada di Semarang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih taksi. Seperti transportasi lainnya, persaingan bisnis taksi di Kota Semarang membuat perusahaan semakin berlomba untuk menarik pelanggan dengan meningkatkan fasilitas armada dan pelayanannya, seperti Taksi Kosti yang mengeluarkan armada baru, yaitu Honda Mobilio.

Tabel 1

Data Target dan Realisasi Order Kosti Semarang

2014 sampai 2016

Tahun	Target Per Tahun	Realisasi Per Tahun	Pencapaian Target	Kenaikan/ Penurunan
2014	547.500	948.868	173.3 %	-
2015	730.000	786.855	107,7 %	65,6 %
2016	912.500	766.648	84 %	23,7 %
Total Orderan	2.190.000	2.502.371		

Sumber : Perusahaan Taksi Kosti Semarang

Akibat persaingan ini, pada 3 tahun terakhir (2014-2016) persentase order pelanggan menurun sebesar 65.6 % dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2016 sebesar 23.7 %. Penurunan order selama 3 tahun ini disebabkan karena persaingan dengan taksi konvensional lain yang ada di Kota Semarang. Kualitas pelayanan yang tidak sesuai harapan pelanggan dibandingkan taksi konvensional lainnya menyebabkan nilai pelanggan terhadap jasa Taksi Kosti kurang baik sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan menurun. Hal juga dibuktikan dengan adanya keluhan pelanggan setiap bulannya kepada pihak Taksi Kosti Semarang mengenai pelayanannya yang kurang memuaskan. Selain itu, munculnya Taksi *Online* juga menambah persaingan bisnis taksi. Bentrokan itu terjadi akibat kedua kubu saling berebut lahan. Para pengemudi taksi konvensional tidak terima dengan keberadaan pengemudi taksi *online* di sekitar stasiun. Pengemudi taksi konvensional mengklaim beroperasinya taksi *online* dan Go-Jek membuat penghasilan mereka menurun.

Kajian Teori

Kualitas Pelayanan

Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Nilai Pelanggan

Kotler (2007) berpendapat bahwa nilai pelanggan adalah perbedaan antara nilai pelanggan total dengan biaya pelanggan total.

Kepuasan Pelanggan

Zeithaml dan Bitner (2000:75) mendefinisikan kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2000) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis yang akan diajukan, digunakan teknik analisis PLS (Partial Least Square) yang dioperasikan melalui program WarpPLS 3.

Pembahasan

Pada tahap pertama yaitu hasil uji pengaruh langsung dalam model adalah terbukti berpengaruh dan signifikan. Hasil uji pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$. Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.580 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$. Hasil uji pengaruh langsung antara kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.143 dan signifikan dengan nilai $p = 0.040$ (< 0.05). Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.282 dan signifikan dengan nilai $p < 0.001$. Hasil uji Pengaruh langsung lainnya adalah antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.431 dan signifikan dengan nilai $p < 0,001$.

Tabel 2*direct effect pada Output path coefficient*

	KP	NP	KPL	LP
KP				
NP				
KPL	<0.001	<0.001		
LP	0.040	<0.001	<0.001	

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 3*P value*

	KP	NP	KPL	LP
KP				
NP				
KPL	0.327	0.580		
LP	0.143	0.282	0.431	

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tahap kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung dalam model terbukti berpengaruh dan signifikan. Hasil uji statistika membuktikan bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh dan signifikan sebesar 0.141 dengan $p=0.002$. Kontribusi kepuasan pelanggan dalam pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menurut hasil perhitungan VAF menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori variabel mediasi parsial. Hal ini dapat dilihat pada nilai VAF sebesar 0.496 atau 49,6%. Kesimpulannya adalah variabel kepuasan pelanggan bukan satu-satunya variabel pemediasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji statistika membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan antara variabel nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0.250 dengan $p<0.001$ (signifikan). Kualitas Pelayanan dari Taksi Kosti Semarang akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan selanjutnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kontribusi kepuasan pelanggan dalam pengaruh tidak langsung antara variabel nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menurut hasil perhitungan VAF menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori variabel mediasi parsial. Hal ini dapat dilihat pada nilai VAF sebesar 0.470 atau 47.0%. Kesimpulannya adalah variabel kepuasan pelanggan bukan satu-

satunya variable pemediasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 4

Indirect effects for paths with 2 segments

	KP	NP	KPL	LP
KP				
NP				
KPL				
LP	0.141	0.250		

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 5

P values

	KP	NP	KPL	LP
KP				
NP				
KPL				
LP	0.002	<0.001		

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Pengujian Mediasi SEM-PLS dengan metode Variance Accounted For (VAF)

Tabel 6

Perhitungan VAF

Pengaruh Tidak Langsung	
1. Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.141
2. Nilai Pelanggan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.250
Pengaruh Langsung	
1. Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0.327
2. Nilai Pelanggan → Kepuasan Pelanggan	0.580
3. Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pelanggan	0.143

4. Nilai Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.282
5. Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0.431
Pengaruh Total	
1. Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan (0.141 + 0.143)	0.284
2. Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan (0.250 + 0.282)	0.532
VAF = Pengaruh Tidak Langsung (Pengaruh Total)	
1. VAF = Kualitas Pelayanan (0.141/0.284)	0.496
2. VAF = Nilai Pelanggan (0.244/0.424)	0.470

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Kesimpulan

1. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil pengaruh yang langsung dan signifikan, yaitu:
 - a) Hasil uji pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$.
 - b) Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.580 dengan signifikansi nilai $p < 0,001$.
 - c) Hasil uji pengaruh langsung antara kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.143 dan signifikan dengan nilai $p < 0,05$.
 - d) Hasil uji pengaruh langsung antara nilai pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.282 dan signifikan dengan nilai $p < 0,001$.
 - e) Hasil uji pengaruh langsung lainnya adalah antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.431 dan signifikan dengan nilai $p < 0,001$.

2. Hasil uji pengaruh tidak langsung pada model juga menunjukkan hasil pengaruh dan signifikan, yaitu:
 - a) Hasil uji statistika membuktikan bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh dan signifikan sebesar 0.141 dengan $p=0.002$.
 - b) Hasil uji statistika membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan antara variabel nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0.250 dengan $p<0.001$ (signifikan).
3. Hasil perhitungan VAF secara parsial yaitu VAF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.496 (parsial mediation) dan VAF untuk nilai pelanggan sebesar 0.470 (parsial mediation).
4. Hasil uji model indicates menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima karena memenuhi *goodness of fit* (pengujian kecocokan antara hasil pengamatan (frekuensi pengamatan) tertentu dengan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya (teori)).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah

1. Taksi Kosti Semarang perlu memperhatikan tentang pengemudi yang kurang tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan.
2. Taksi Kosti perlu mengevaluasi kembali tentang pelayanannya, kinerja pengemudi dan kebersihan interior eksterior armada sehingga membuat pelanggan nyaman saat menggunakan dan pelanggan merasa bangga.
3. Taksi Kosti perlu mengevaluasi kembali tentang kejujuran pengemudi dalam menetapkan argo pembayaran. Beberapa responden mengatakan jika pernah mendapatkan supir yang tidak jujur saat memasang argo (dilebihkan) sehingga pembayaran jadi lebih mahal. Selain itu juga pernah mendapatkan supir yang tidak mengembalikan uang kembalian, sehingga perlu dievaluasi kembali dan perlu ditegaskan dalam hal kejujuran.

4. Taksi Kosti Semarang sebaiknya memperbaiki aplikasi untuk pemesanan *online* atau dapat bergabung dengan transportasi *online* supaya lebih memudahkan pelanggan saat order dan Taksi Kosti dapat mengikuti perkembangan era digital pada perusahaan jasa transportasi.

Daftar Pustaka

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan . Depok : Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia. Vol 17, No 2 hlm. 114-126.

Evi Thelia Sari . 2006. *Peranan Customer Value Dalam Mempertahankan*

Keunggulan Bersaing Pada Restoran Cepat Saji . Surabaya: Jurusan International Business Management, Universitas Ciputra.

Jimanto, Riswanto Budiono dan Yohanes

Sondang Kunto, S.Si., M.Sc. 2014. *Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya* . Surabaya : Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra. Vol. 2, No.1-7.

Kaihatu, Thomas Stefanus. 2008.

Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.

Kartika, Ariawira Yudha. 2014.

Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan PT. Telkom Yogyakarta. Yogyakarta : Program Studi Manajemen Pemasaran D III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Marliana, Sonya Dan Rini

Dharmastiti. 2008. *Integrasi Servqual Dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja*. Yogyakarta : Jurusan Teknik Mesin Dan Industri, Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada.

Mardikawati, Woro. 2013. *Pengaruh*

Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO

Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). Semarang : Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro.

Ramadhani, Suci. 2015. Pengaruh

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Call Center BPD Kaltim Cabang Samarinda. Samarinda : Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.

Putra, Febri Tri Bramasta. 2013.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Bengkel Mobil RapiGlass Autocare Semarang). Semarang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Wibisono, Lusiana Eka. 2016.

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4g XI Di Yogyakarta. Yogyakarta : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Suliyanto. 2013. Pengaruh Nilai

Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi. Purwokerto :Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Jenderal Soedirman.

Sudibyo, Anggi Reny. 2014.

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Di Rsia Srikandi Ibi Jember. Jember : Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Jember.

Laksmono, Poppy dan Nur Ainy

Khomariyah . 2007. Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. Surabaya : Alumni Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Vol 3, No 1.

Yulianto, Arief. 2010. Meningkatkan

Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Indonesia Paska Insiden Kecelakaan Pesawat Terbang . Semarang

Majiid, Farhan Abdul. 2016. Taksi

Konvensional vs Online: Fenomena Perubahan Sosial?. Kompasiana, Dikunjungi 23 Maret 2016.

Hermawan, Bayu. 2016. Pengamat:

Konflik Utama Taksi Konvensional dan Online adalah Tarif. NEWS, Dikunjungi 26 Maret 2016.

Dewi, Santi. 2016. Pro dan kontra

penggunaan transportasi aplikasi online. RAPPLER, Dikunjungi 15 Maret 2016.

Saputra, Imam Yuda. 2017. Taksi

Online Dilarang Beredar di Stasiun. Solopos, Dikunjungi 22 Maret 2017.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran

Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian

Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiarto, Dergibson, Siagian,

Lasmono, Tri Sunaryanto, Deny S Oetomo, Teknik Sampling, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.

2008, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.

Sofyan, Buyung , Heru Budi S, Nur Ichsan, Yulianto Wardoyo. 2013.

Menapak Kemandirian (Sejarah Berdirinya Taksi Kosti). Fatawa Publishing : Semarang.