

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi BPU. Rosalia Indah)

Dian Kurnia Yulianingsih¹, Wahyu Hidayat², Agung Budiarmo³
Email: diankurniay@yahoo.com

Abstract

This study aimed to determine the effect variables of Quality of Service and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Transportation Users BPU. Rosalia Indah. This type of research used is explanatory research, data collection methods using an oral interview and a data collection tool using a questionnaire with a sample of 100 respondents who use the services of the BPU. Rosalia Indah via nonprobability sampling technique by using purposive sampling method. The results of the statistical linear regression analysis can be shown by the regression equation $Y = 3.296 + 0.136 X_1 + 0.666 X_2 + e$. From the regression equation it is known that the quality of service and customer satisfaction has an effect on customer loyalty. The results of the calculation of the coefficient of determination 0.468 magnitude. It is indicating that the quality of service and customer satisfaction variables could explain 46.8% of consumer loyalty. Based on the results of the data analysis we can conclude the existence effect of service quality and customer satisfaction to customer loyalty BPU Rosalia Indah users. and have a strong level of closeness relationship this means that the higher quality of service and customer satisfaction that will lead to the higher customer loyalty. Companies can improve the quality of care by increasing service ticketing and departure schedule more regularly in order to be more timely.

Key Words: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi BPU. Rosalia Indah. Tipe penelitian yang digunakan bersifat *eksplanatory research*, metode pengumpulan data menggunakan wawancara lisan dan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebesar 100 responden yang menggunakan jasa BPU. Rosalia Indah melalui teknik *Nonprobability Sampling* yaitu dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Adapun hasil perhitungan statistik dengan analisis regresi linier dapat ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 3,296 + 0,136X_1 + 0,666X_2 + e$. Dari persamaan regresi diketahui bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil perhitungan koefisien determinasi besarnya 0,468. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variabel loyalitas konsumen sebesar 46,8%. Dapat disimpulkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa BPU. Rosalia Indah dan mempunyai tingkat keeratan hubungan yang kuat hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan peningkatan pelayanan pemesanan tiket dan mengatur jadwal keberangkatan dengan lebih teratur agar bisa lebih tepat waktu.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

¹Dian Kurnia Yulianingsih, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, diankurniay@yahoo.com

²Wahyu Hidayat, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Agung Budiarmo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

PENDAHULUAN

Sektor industri jasa mempunyai peranan yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Karena bagaimanapun juga industri jasa memberi kemudahan pada setiap aspek kehidupan, baik aspek ekonomi, aspek sosial, maupun aspek politik. Transportasi, telekomunikasi, perbankan, pendidikan, pelayanan kesehatan, jasa konstruksi maupun pariwisata adalah beberapa contoh industri jasa yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi sebuah bangsa. Diantara banyak bisnis jasa yang berkembang saat ini, jasa sarana transportasi merupakan bisnis yang terus meningkat dari tahun ke tahun, baik transportasi darat, laut maupun udara. Jenis-jenis transportasi darat banyak sekali macamnya yaitu bus, kereta api, travel, taxi, dan sebagainya. Dengan banyaknya jenis angkutan transportasi ini menimbulkan banyak alternatif bagi konsumen untuk memilih jenis angkutan apa yang akan digunakan. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan jasa transportasi. Mereka berupaya keras menarik minat konsumen agar mau menggunakan jasa produk mereka. Sedangkan konsumen selalu ingin mendapatkan kebutuhan transportasi yang nyaman, cepat, harga yang terjangkau dan mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi mereka.

Perusahaan pada umumnya menginginkan apa yang diproduksi dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan. Berawal dari hal tersebut perusahaan menginginkan, agar pelanggan yang sudah diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Namun hal tersebut bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan, seperti selera maupun beberapa aspek psikologis sosial dan kultur pelanggan. Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran.

Salah satu cara menempatkan sebuah perusahaan lebih unggul adalah dengan memberikan kualitas jasa yang baik kepada konsumennya. Kuncinya adalah dapat memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen mengenai mutu jasa tadi. Harapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran orang lain, iklan yang disampaikan oleh perusahaan jasa. Setelah menikmati jasa tadi mereka akan membandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Apabila dimensi-dimensi kualitas jasa yang diberikan itu baik akan menyebabkan konsumen puas dan apabila konsumen puas maka akan melakukan pembelian ulang atas jasa yang pernah digunakannya. Kualitas jasa yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus-menerus.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan yang ingin dicapai setiap perusahaan karena jika konsumen telah loyal terhadap perusahaan maka diharapkan mereka mau membeli ulang produk yang ditawarkan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Jika hal ini terjadi, perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar mereka dan semakin meningkatkan laba perusahaan oleh karena itu untuk tetap dapat bertahan dan berkembang lebih besar dalam bisnis ini, perusahaan harus mengenali konsumen lebih dalam untuk mengetahui dan menilai keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (a) mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi BPU Rosalia Indah ; (b) mengetahui pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi BPU Rosalia Indah.; (c) mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi BPU Rosalia Indah.

KAJIAN TEORI

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik (Kotler, 1998:83). Menurut Basu Swastha (2000:318), jasa merupakan barang yang tidak kentara (intangible) yang di beli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2002:51) mengatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2002:59). Dalam perkembangan selanjutnya yaitu Parasuraman dan kawan-kawan (dalam Tjiptono, 2002:70) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi: (1) Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan.; (2) Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.; (3) Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.; (5) Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Kotler (2001:36), secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Ada juga yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan menurut Kotler (2001:43), menekankan tiga hal penting dalam membangun kepuasan pelanggan, antara lain; mutu, pelayanan dan nilai.

Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Disini kedua istilah tersebut, yaitu loyalitas pelanggan dan loyalitas merek menunjukkan hal yang sama. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang sangat dalam untuk membeli ulang atau selalu berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, dengan demikian mengakibatkan pengulangan pembelian merek yang sama atau set merek walaupun dipengaruhi situasi dan upaya pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan tindakan berpindah kepada yang lain (Uncle, Rowling dan Hammond 2003:296).

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian *eksplanatory research* atau penjelasan, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (*reliability*), bukti langsung (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kepuasan pelanggan sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi BPU. Rosalia Indah dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005 : 76). Adapun pertimbangan tersebut adalah kriteria sampel yang diambil dengan ciri-ciri sebagai berikut: (1) Merupakan penumpang bus malam yang pernah menggunakan bus Rosalia Indah kelas *executive*; (2) Penumpang yang berusia minimal 17 tahun; (3) Dapat diwawancarai.

Skala pengukuran menggunakan Likert. Uji Validitas dinilai dari *corrected item total correlation* yang lebih besar dari r tabel. Sedangkan uji Reliabilitas dengan *Cronbach Alfa*. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis korelasi, regresi sederhana dan berganda, serta uji t dan F.

HASIL

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut:

No	Uji Hipotesis	Hasil			Keterangan Hipotesa
		t hitung/ F hitung	Signifikansi	Korelasi Determinasi	
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X ₁) terhadap Loyalitas (Y)	8,872	0,000	0,667 44,5%	Ha Diterima
2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X ₂) terhadap Loyalitas (Y)	9,172	0,000	0,680 46,2%	Ha Diterima
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X ₁) dan Kepuasan Pelanggan (X ₂) terhadap Loyalitas (Y)	42,677	0,029	0,684 46,8%	Ha Diterima

Sumber : Hasil Penelitian yang Diolah, 2013

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,667. Hasil uji determinasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 44,5%, ini berarti 44,5% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,680. Hasil uji determinasi antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 46,2%, ini berarti 46,2% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara ketiganya yaitu 0,684. Hasil uji determinasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 45,8%, ini berarti 46,8% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah terbukti. Hal ini ditunjukkan melalui perhitungan yang menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan hasil penelitiannya menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,684. Sedangkan besarnya nilai koefisien determinasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,468 atau 46,8%. Hal ini berarti 46,8% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan pada uji F telah menunjukkan F hitung (42,677) > F tabel (3,090) dimana dikatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa BPU. Rosalia Indah.

Pelayanan terhadap penumpang merupakan hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan dalam upaya mempertahankan pangsa pasar melihat tingginya tingkat persaingan diantara penyedia jasa transportasi. BPU Rosalia Indah sebagai penyedia jasa transportasi harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting atau yang diharapkan oleh para penumpang bus Rosalia Indah dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan mempunyai konsekuensi perilaku berupa komplain dan loyalitas pelanggan, sehingga apabila organisasi atau perusahaan dapat memperhatikan segala hal yang dapat membentuk kepuasan pelanggan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan secara keseluruhan akan terbentuk sehingga akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus-menerus. Apabila kualitas pelayanan jasa yang diberikan itu baik akan menyebabkan konsumen puas dan apabila konsumen puas maka akan melakukan pembelian ulang atas jasa yang pernah digunakannya. Loyalitas pelanggan berarti kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang dalam hal ini pemakaian yang dilakukan berulang terhadap jasa transportasi BPU. Rosalia Indah karena dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik.

Hal ini juga dapat dilihat dari tabel silang antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, apabila kualitas yang diberikan baik, maka tingkat loyalitas pelanggan yang didapatpun semakin tinggi. Kepuasan yang didapat baik, hasilnya dapat dilihat dari tabel silang antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan, apabila kepuasan yang didapat konsumen melampaui harapannya maka tingkat loyalitas pelanggan yang didapatkan perusahaan akan semakin tinggi. Dengan kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan yang didapat sesuai maka akan membuat tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan akan tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada BPU. Rosalia Indah dapat dipersepsikan baik. Hal ini dibuktikan dengan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diberikan oleh nilai dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan serta empati terhadap loyalitas pelanggan sebanyak 44,5 %. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap loyalitas pelanggan, dengan terpenuhinya suatu kualitas pelayanan yang baik yang diinginkan pelanggan secara optimal maka mendorong terciptanya loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi BPU. Rosalia Indah, sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan atau sebaliknya.

Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diberikan oleh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebanyak 46,2%. Ini artinya kepuasan pelanggan menjelaskan suatu hubungan yang kuat dengan loyalitas pelanggan. Semakin baik kepuasan yang dirasakan pelanggan atas jasa yang mereka gunakan maka loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi BPU. Rosalia Indah semakin meningkat.

Variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,468. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) dapat menjelaskan loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi BPU Rosalia Indah sebesar 46,8 %, sedangkan sisanya 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati artinya semakin baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa masih ada responden yang menilai dimensi keandalan/*reliability* pelayanan jasa BPU Rosalia Indah kurang baik, terutama masalah ketepatan waktu. Bus Rosalia Indah seringkali mengalami masalah dengan ketepatan waktu, sering mengalami keterlambatan baik pada saat pemberangkatan maupun pada waktu tiba yang bisa merugikan penumpang, sehingga

pihak BPU Rosalia Indah hendaknya lebih memperhatikan masalah waktu dan mengatur jadwal keberangkatan bus dari pool nya sesuai dengan jadwal pada tiket dikoordinasikan dengan petugas dari tiap-tiap agen pemberangkatan dengan baik sehingga bisa lebih tepat waktu

Selain itu masih ada responden yang menilai dimensi daya tanggap/*responsiveness* pelayanan jasa BPU Rosalia Indah kurang baik, dalam hal ini kecepatan pelayanan pada saat pemesanan atau pembelian tiket. untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa pada dimensi ini maka pihak perusahaan hendaknya bisa lebih tanggap dalam melayani para penumpang, dengan misalnya memberikan pelatihan atau pengarahan dan memantau kinerja para karyawan pada setiap agen dalam melayani tiket kepada penumpang, paham dengan apa yang diperlukan penumpang dan lebih cepat dalam melayani penumpang termasuk juga menanggapi dan bertanggungjawab terhadap keluhan penumpang karena pembelian tiket yang kurang dilayani dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Dharmmesta, Basu Swastha, 2000. *Azas-Azaz Marketing*. Edisi pertama, BPFE, Yogyakarta
- Kotler, Philip, 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Alih Bahasa oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jilid II, Edisi Kesembilan, Jakarta: Prenhallindo.
- _____, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua , Yogyakarta: Andy
- Uncles, Mark D, Grahame R. Dowling, and Kathy Hammond. 2003. *Costumer Loyalty and Customer Programs*. Journal of Consumer Marketing Vol. 20, No. 4, pp. 294-361.