



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan pada KPM Trans Garut

Dida Radita Bararah¹; Budiman²; Kurnaeli³

¹ Universitas Garut
24023215522@fekon.uniga.ac.id

² Universitas Garut
email-02@uniga.ac.id

³ Universitas Garut
email-03@uniga.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KPM Trans. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah studi kepustakaan dan studi lapangan. Penarikan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan sampel sebanyak 96 responden. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dan analisis regresi sederhana. Lokasi penelitian ini diselenggarakan di kantor KPM Trans Garut, responden didominasi oleh laki-laki dengan rentang usia 26 sampai 30 tahun. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa angkutan KPM Trans Garut. Skor tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 4,05 pada item 7 yaitu “Keluhan Pelanggan Langsung Ditanggapi Dengan Baik”, dan skor terendah sebesar 3,66 pada item 8 yaitu “KPM Trans selalu bisa memberikan solusi terbaik terhadap keluhan pelanggan”. Skor tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,91 yaitu “Pelanggan Melakukan Pembelian Jasa Secara Berulang Pada KPM Trans Garut” dan skor terendah sebesar 3,63 yaitu “Pelanggan Merekomendasikan KPM Trans Garut kepada orang lain”.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, KPM Trans

1 Pendahuluan

Dalam sejarah perkembangan alat transportasi, awalnya manusia hanya menggunakan alas kaki dan tenaga binatang untuk mencapai suatu tempat tujuan, saat ini sejalan dengan laju perkembangan teknologi, beragam kendaraan diciptakan, baik moda angkutan udara, darat, air, dan lainnya. Dimulai dari rasa keingin tahuan manusia terhadap lingkungannya dan mencari tempat yang dapat dihuni untuk memenuhi segala keinginannya, manusia menciptakan alat transportasi sedemikian rupa. Bahkan demi memenuhi hasratnya bangsa Barat sejak satu abad yang lampau telah mencoba berlayar menjelajahi dunia. Keinginan untuk hidup dan hidup lebih mendorong terciptanya penjajahan dan penindasan terhadap yang lain.

PT KPM Trans (Kalicman Putra Mandala) selanjutnya disebut KPM Trans adalah salah satu *Strategic Business Unit* yang terlahir pada tahun 2015 berkantor pusat di Kab Garut mulai merintis bisnisnya dalam bidang jasa angkutan Garut - Bandung. Beranjak dari itu, perusahaan terus merangkak maju dengan mengembangkan bidang-bidang usaha serumpun, antara lain jasa persewaan kendaraan pariwisata. Namun sebagaimana umumnya perusahaan baru yang masih berada pada tahap pengenalan (*Introduction*), perusahaan masih dihadapkan dengan beberapa permasalahan, diantaranya menyangkut bidang pemasaran.

Berdasarkan hasil pra survei yang penulis lakukan, salah satu permasalahan dibidang pemasaran yang dirasakan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mencapai target penjualan. Dalam hal ini, sekalipun jumlah penumpang menunjukkan tren yang meningkat pada 3 (tiga) tahun terakhir (2015 sd 2018), namun apabila dibandingkan dengan target jumlah penumpang yang ditetapkan pihak manajemen realisasinya masih terpaut cukup jauh. Berikut adalah data perkembangan jumlah penumpang PT KPM Trans tahun 2015 sampai dengan akhir tahun 2018:

Tabel 1: Perbandingan Target dan Jumlah Riil Penumpang PT KPM Trans Tahun 2015-2018

| No | Tahun | Target Penumpang (orang) | Jml Riil Penumpang (orang) | Naik/Turun (orang) | Capaian % |
|----|-------|--------------------------|----------------------------|--------------------|-----------|
| 1 | 2015 | 5.000 | 1.748 | - | 34.96% |
| 2 | 2016 | 15.000 | 10.189 | 8.441 | 67.93% |
| 3 | 2017 | 20.000 | 10.513 | 324 | 52.56% |
| 4 | 2018 | 22.000 | 10.696 | 183 | 48.62% |

Sumber: KPM Trans 2019

Pada tabel 1 bisa dilihat bahwa perkembangan jumlah penumpang KPM Trans sepanjang tahun 2015 s/d tahun 2018 secara kuantitatif mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yaitu tahun 2015 ke tahun 2016 naik 428.89 %, dari tahun 2016 ke 2017 naik 3.18%, dari tahun 2017 ke 2018 naik 1.71%. Akan tetapi apabila dilihat dari capaian target jumlah penumpang masih terpaut jauh dari yang ditargetkan, yaitu 34.96% pada tahun 2015, sebesar 67.93% tahun 2016, sebesar 52.56% pada tahun 2017 dan 48.62% pada tahun 2018 atau hanya mencapai rata-rata 51.01%. Penulis menduga, kondisi tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan perusahaan yang belum maksimal.

Untuk itu, penulis mencoba melakukan mini survei guna mendapatkan pandangan gambaran tentang pandangan konsumen, dalam hal ini para penumpang KPM Trans terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

Berikut adalah hasil mini survei yang penulis lakukan terhadap 20 orang pelanggan/konsumen jasa angkutan KPM Trans tentang kualitas pelayanan perusahaan.

Tabel 2: Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan KPM Trans

| No | Pernyataan | Tanggapan Responden | | |
|----|------------------------------------------------------|---------------------|---|----|
| | | S | R | TS |
| 1 | Ruang tunggu KPM Trans Nyaman | 2 | 4 | 14 |
| 2 | Operator armada KPM Trans sangat mahir | 3 | 3 | 14 |
| 3 | Respon terhadap saran pelanggan KPM Trans cukup baik | 4 | 3 | 13 |
| 4 | Boarding pada KPM Trans cukup cepat | 6 | 4 | 10 |
| 5 | Karyawan KPM Trans ramah terhadap pelanggan | 2 | 1 | 17 |

| | | | |
|--------------|----|----|----|
| TOTAL | 17 | 15 | 68 |
|--------------|----|----|----|

Sumber: Hasil mini survei th 2019

Hasil dari mini survei tentang kualitas pelayanan pada PT KPM Trans yang melibatkan responden 20 orang memperlihatkan bahwa dari 5 pernyataan yang disampaikan kepada konsumen mendapatkan tanggapan sebagai berikut: setuju sebanyak 17 poin, Ragu-ragu 15 poin, dan Tidak Setuju (TS) sebanyak 68 poin. Artinya, bahwa mayoritas responden menjawab tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan KPM Trans di mata konsumen masih rendah karena mayoritas jawaban responden berdasarkan hasil mini survei memperlihatkan 68 poin tidak setuju (TS), dan ragu-ragu (R) sebanyak 15 poin.

Dengan demikian patut diduga, bahwa kualitas pelayanan menjadi penyebab rendahnya capaian target penjualan yang akan bermuara pada masih rendahnya tingkat kepuasan konsumen KPM Trans. Tentunya apabila kondisi tersebut tidak segera mendapat perhatian dari perusahaan, akan berpengaruh buruk terhadap capaian target jumlah penumpang, dan pada akhirnya akan berdampak buruk terhadap kepuasan konsumen perusahaan.

2 Tinjauan Pustaka

2.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam jurnal **Suardi (2011)**, mengatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Sedangkan indikator Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. *Re-purchase*: yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari suatu barang/ jasa.
2. *Word-Of-Mouth*: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan terhadap orang lain.
3. Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama: Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

3 Metode Penelitian

Instrumen yang digunakan yaitu skala likert. Menurut Istijanto (2006:81) skala likert adalah suatu alat ukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan suatu objek. Pada umumnya skala ini mempunyai 5 kategori dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberi jawaban:

Tabel 3: Skala Likert

| Skor | Keterangan |
|------|---------------------|
| 5 | Sangat Setuju |
| 4 | Setuju |
| 3 | Ragu-Ragu |
| 2 | Tidak Setuju |
| 1 | Sangat Tidak Setuju |

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling yaitu pengambilan sampel dimana setiap anggota dari populasi tidak memiliki peluang

atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Selain itu, dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka dalam menentukan sampel berpedoman pada teori Lemeshow (2010) dengan teknik formula lemeshow untuk jumlah populasi yang tidak diketahui, sebagai berikut :

$$N = Z^2P(1-p)/d^2$$

Dimana Nilai :

$$z = 1.96$$

$$p = \text{maximal estimasi} = 0.5$$

$$d = \text{alpha } 10\% (0.1)$$

N = jumlah responden

Dengan demikian

$$N = 1,96^2 \times \frac{0,5(1-0,5)}{0,1} = 96,04$$

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil jawaban responden yang berjumlah 96 orang pada variabel Kualitas Pelayanan dapat dijelaskan bahwa skor tertinggi 4,05 pada item 7 yaitu “Keluhan Pelanggan Langsung Ditanggapi dengan Baik” artinya KPM Trans selalu menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat tanggap, skor terendah sebesar 3,66 pada item 8 yaitu “KPM Trans selalu bisa memberikan solusi terbaik terhadap keluhan pelanggan” artinya solusi yang diberikan oleh KPM Trans kepada pelanggan kurang memuaskan, skor rata-rata sebesar 3,83 artinya secara keseluruhan Kualitas Pelayanan KPM Trans dinilai baik.

Berdasarkan hasil responden yang berjumlah 96 orang di atas pada variabel Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan bahwa skor tertinggi ada pada pernyataan item nomor 1 yaitu “Pelanggan melakukan pembelian jasa secara berulang pada KPM Trans Garut” sebesar 3,91 artinya pelanggan KPM Trans melakukan pembelian secara berulang. Skor terendah adalah pernyataan nomor 3 yaitu “Pelanggan Merekomendasikan KPM Trans Garut kepada orang lain” yaitu sebesar 3,63 artinya hanya segelintir pelanggan KPM Trans yang merekomendasikan kepada orang lain. Skor rata – rata sebesar 3,75 artinya secara keseluruhan Kepuasan Pelanggan pada KPM Trans dinilai baik.

Uji Model Regresi (Uji F)

Uji F atau uji kelayakan pemodelan digunakan untuk mengetahui apakah uji model regresi antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan adalah model regresi yang baik atau tidak. Berikut adalah hasil analisa SPSS:

Tabel 4: Tabel Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 898,334 | 1 | 898,334 | 379,426 | ,000 ^b |
| | Residual | 232,026 | 98 | 2,368 | | |
| | Total | 1130,360 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

| |
|------------------------------------------------------|
| b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN |
|------------------------------------------------------|

Tabel 5: Tabel Model Summary

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,891 ^a | ,795 | ,793 | 1,539 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber: Hasil Data Olah SPSS 2019

Berdasarkan hasil output di atas dapat dilihat nilai signifikansi model sebesar (Sig) 0,000, nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi penelitian ini yaitu 0,05, maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti model regresi bisa digunakan untuk peramalan. Tingkat keberpengaruhannya dari model regresi ini adalah sebesar 0,795 atau 79,5% dan 20,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Koefisiensi Regresi (Uji T)

Dalam pengujian t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen Kualitas Pelayanan (X) secara dalam menerangkan variabel dependen atau Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun langkah pengujian uji t sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis penelitian

Kriteria uji menentukan penerimaan dan penolakan atas hipotesis dengan pengujian :

a. H_1 ditolak H_0 diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Berpengaruh)b. H_0 diterima H_1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Tidak Berpengaruh)

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diambil untuk penelitian ini adalah 0.05 dengan $df = n - k$ maka:

$$df = 100 - 3$$

$$df = 97$$

Dengan demikian t_{tabel} yang diperoleh dari tingkat signifikan 0,05% dan $df = 97$ adalah 0.16633. Mencari besar t_{hitung}

Dimana nilai tersebut dapat dilihat dari hasil uji

Tabel 6: Tabel Hasil Uji Koefisiensi Regresi (Uji T)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,116 | ,758 | | 1,472 | ,144 |
| | KUALITAS_PELAYANAN | ,245 | ,013 | ,891 | 19,479 | ,000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber: Hasil Data Olah SPSS 2019

Berdasarkan tabel 6, mengenai pengujian hipotesis (uji t), maka dapat dijelaskan nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah sebesar 19,479 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0.1663. Artinya antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berhubungan positif atau berpengaruh.

5 Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang penulis lakukan sebagaimana yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Bahwa kualitas pelayanan pada PT KPM Trans secara umum, dinilai sudah baik. Hal tersebut terindikasikan melalui jawaban responden pada indikator-indikator variabel kualitas pelayanan yang lebih banyak berkategori baik.
- 2 Tingkat kepuasan pelanggan, secara umum masih tergolong tinggi, sebagaimana tercermin dari mayoritas jawaban responden terhadap item-item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan yang berkategori baik.
- 3 Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KPM Trans.

Bertolak dari simpulan tersebut, penulis menyampaikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan yang penulis teliti, yaitu KPM Trans sebagai berikut:

1 Jajaran manajemen KPM Trans Garut

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden baik yang berkenaan dengan variabel kualitas pelayanan maupun variabel kepuasan pelanggan, didapatkan sejumlah jawaban dengan jumlah skor yang rendah. Hal itu mengindikasikan bahwa perlunya dilakukan upaya-upaya perbaikan atau pembenaran. Pada variabel kualitas pelayanan, angka terendah terdapat pada pernyataan “KPM Trans selalu bisa memberikan solusi terbaik terhadap keluhan pelanggan”. Untuk itu, penulis menyarankan agar perusahaan lebih cermat dalam menangani atau merespon keluhan konsumen, sehingga alternatif solusi yang ditempuh oleh perusahaan merupakan jawaban yang tepat atas keluhan konsumennya. Dalam hal ini, sebaiknya perusahaan membentuk *customer service* yang bertugas menampung dan mengolah keluhan, saran dan masukan dari para konsumen, sekaligus mencari solusi yang tepat dalam merespon keluhan tersebut. Perusahaan dapat menyediakan kotak saran, membagikan angket, atau membuka blog khusus di media sosial.

Item lain yang mendapat skor terendah adalah pernyataan ”Pelanggan merekomendasikan KPM Trans Garut kepada orang lain”. Dalam hal ini, penulis menyarankan agar perusahaan terus berupaya meningkatkan kesan mendalam di hati atau benak konsumen, semisal pemberian hadiah melalui undian, bonus *free ticket*, cendera mata, pemberian potongan harga dan sejenisnya.

Daftar Pustaka

- Akbar, Mohamad Maulana, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Steak Karnivor Bandung*, Bandung, Widyatama
- Alma, B.2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta
- Aribowo, Kriestian. 2003. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Gramedia*. Universitas Esa Unggul. Jakarta Barat.
- Arini Ardiani, 2004, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Nyonya Ong*, Surakarta, UNSA
- Ariska, Nita. 2019. *Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Politeknik LP3I Jakarta*. Politeknik LP3I Jakarta. Jakarta Pusat.
- Berman B & Evana J.R, 2010, *Retail Management, A strategic Approach*, USA, Prentice Hall
- Dwi Arianti, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Salon Seven O'Three Hair Studio & Day Spa Bontang*, Bontang, Universitas Trunajaya
- Ekka Herdiyana, 2014, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Pagerageung*, Tasikmalaya, Universitas Siliwangi
- Griffin R.W, 2014, *Manajemen*, Jakarta, Erlangga
- Hardiyati R, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Argo Wisata Kebun Teh Pagilaran*, Semarang, Universitas Diponegoro Semarang
- Janie, 2012, *statistic deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS*, Semarang University Press, Semarang
- Kotler, P. & Armstrong G, 2010, *Principle of Marketing Pearson*, Upper Saddle River, Inc
- Kotler, P & Armstrong G, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta, Erlangga
- Kotler, P & Keller K.L, 2012, *Marketing Management 13*, New Jersey, Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, P & Keller K.L, 2015, *Marketing Management Global Edition*, New Jersey, Pearson Education Limited, Inc
- Kurniasari, Rani. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Hotel Bogor*. Universitas Bina Sarana Informatika. Jakarta Barat.
- Ma'Ruf, H. 2005, *Pemasaran Ritel*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Panjaitan, J Effendi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Universitas Telkom. Bandung
- Purnawa, N, 2006, *Manajemen Kualitas*, Perspektif Global, Yogyakarta, Ekonisia
- Persiana, M Riza. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sukses Mandiri di Bandung*. Universitas Telkom. Bandung
- Rahmat Sulisty, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen*, Yogyakarta, Universitas Atmajaya
- Rizky Firmandi, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Thai Tea Ti Leutik*, Banten, UNTIRTA
- Rohmanu, 2017, *metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*, repository UIN Malang, Malang
- Panduan penyusunan dan penulisan skripsi fakultas ekonomi Universitas Garut*, Universitas Garut, Garut
- Sukmawati I & Massie J.D.D, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Air Manado*, Jurnal EMBA, Vol 3 No. 3, Universitas Sam Ratulangi Manado
- Slameto, 2010, *Belajar dan Yang Mempengaruhinya*, Jakarta, Rineka Cipta