

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat di Indonesia pada saat ini sudah semakin bertambah dan mengikuti perkembangan zaman, persaingan dalam bidang usahapun kian gencar dan jumlah konsumen semakin meningkat tiap tahunnya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dalam memilih barang dan jasa yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Dalam membeli suatu produk atau jasa, para konsumen tidak ingin memilih suatu produk atau jasa yang tidak memiliki standard mutu. Apa yang membuat konsumen akan puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa.

Terlebih pada saat ini sedang trendnya bisnis online, dalam kegiatan berbisnis online saat ini sudah sangat berkembang dengan cepat, kemudahan dalam menawarkan dan membeli suatu produk di situs-situs online membuat banyak masyarakat di Indonesia membeli produk secara online. Pembeli hanya menunggu dirumah dan barangpun akan segera sampai pada tujuan. Dalam hal ini jasa pengiriman barang sangat berperan penting terhadap kegiatan jual beli online sebagai media penyambung antara penjual dan pembeli dalam media pendistribusian barang. Perkembangan pada sektor jasa pengiriman barang dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman.

Sehingga menimbulkan banyak usaha dibidang jasa pengiriman barang atau disebut *freight forwarder* yaitu pengiriman barang dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah ke seluruh Indonesia.

Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen melalui penawaran dengan memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan kepada para pelanggannya. Konsumen akan merasa puas jika suatu pelayanan jasa sesuai dengan harapan bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan.

Banyaknya jasa pengiriman barang di Indonesia sudah banyak sekali bermunculan dan saat ini cukup membantu masyarakat yang ingin menemukan layanan jasa pengiriman sesuai dengan keinginan berdasarkan harga, waktu atau lamanya pengiriman, tujuan pengiriman, jenis barang yang dikirim dan nama jasa perusahaan pengiriman. Salah satunya adalah TIKI yang menawarkan jasa pengiriman barang, dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam bisnis jasa ini dibutuhkan fasilitas yang dapat memberikan kepuasan terhadap layanan jasa tersebut. Semakin bagus dan memuaskan layanan jasa di percaya akan mendapatkan kesuksesan dan keberhasilan dalam mendirikan usaha tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2013:7), jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya: kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecah atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Untuk dapat menempatkan perusahaan di hati para pelanggan, perusahaan harus mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang harus dicapai dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya agar mereka merasa puas terhadap pelayanan jasa yang mereka rasakan.

Terlebih TIKI yang ada di daerah sumsel telah memiliki outlet sebanyak 106 outlet. Terutama TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang telah beberapa kali mendapatkan penghargaan seperti *Top Brand Award* 2012, dan *Indonesia Most favorite women brand* 2015, *Indonesia WOW Brand* 2015, dan *Express Courier Service* 2015.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Jasa Pengiriman
Pada TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang

No	Tahun	Jumlah
1.	2014	2.283
2.	2015	2.442
3.	2016	2.630

Sumber: TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang tahun 2014 – 2016

Dilihat dari tabel 1.1 bahwa setiap tahunnya jumlah pelanggan TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang mengalami peningkatan dan telah mendapatkan beberapa penghargaan. Hal tersebut di karenakan adanya kualitas pelayanan jasa yang baik, sehingga pelanggan dapat tertarik untuk terus menerus menggunakan jasa pengiriman barang di TIKI Jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis tingkat kepuasan pelayanan jasa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di TIKI Jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang. Sehingga penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cabang PT TIKI PalembangJln. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas maka permasalahan yang akan diambil yakni:

1. Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan bagi pelanggan di cabang TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.
2. Dimensi kualitas pelayanan jasa manakah yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di cabang TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Batasan ruang lingkup ini dilakukan agar permasalahan yang dibahas lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu: Mengenai kualitas pelayanan jasa dengan mengukur 5 dimensi kualitas jasa, yaitu: *Tangible* atau Bukti fisik, *Realibility* atau keandalan, *Responsiveness* atau daya tanggap, *Assurance* atau jaminan, dan *Emphaty* atau empati.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada cabang TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi mana yang paling dominan bagi kepuasan pelanggan pada cabang TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Membuka wacana baru dan mampu menerapkan ilmu yang diterima penulis selama ini serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai kenyataan yang berkaitan dengan bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggann.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna sebagai salah satu masukan bagi perusahaan mengenai pelayanan yang lebihbaik lagi kepada para pelanggan dan mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi ruang lingkup pembahasan adalah kepuasan para pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang TIKI di jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang. Data diambil secara acak, dengan cara terjun langsung ke lapangan membagikan kuesioner kepada para pelanggan pengguna jasa TIKI di jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Umar (2003:56) adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Yaitu data yang di dapatkan langsung dari cabang TIKI di jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Data primer ini seperti hasil wawancara dan observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain. Data ini berupa profil perusahaan, struktur organisasi dan data literatur seperti Skripsi, Laporan Akhir atau buku jenis lain yang berhubungan dengan penelitian.

1.5.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Kuncoro populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (2003: 108). Populasi dalam penelitian ini

adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang pada TIKI pusat Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Ide dasar dari pengambilan sampel dengan menyeleksi bagian dari elemen-elemen populasi, kesimpulan tentang keseluruhan populasi dapat diperoleh.

Penarikan sampel yang digunakan pada laporan akhir ini adalah setiap konsumen yang datang dan akan menggunakan jasa TIKI di jln. Letkol Iskandar No.241 B Palembang. Untuk menentukan banyaknya jumlah sampel yang diperlukan, penulis menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2009:129) sebagai berikut:

Rumus:

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Variabel X = Jumlah Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Variabel Y = Kepuasan Pelanggan

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \cdot 10$$

$$= (5 + 1) \cdot 10$$

$$= 60$$

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Non Probability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel, Ferdinand

(2006:231). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental sampling. Penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Sehingga, penarikan sampel dalam penelitian ini memilih responden dari pelanggan atau pengguna jasa yang datang ke TIKI di Jl. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang untuk memberikan informasi.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan oleh penulis dalam proses pengumpulan data dan informasi untuk penelitian ini yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut, dalam hal ini adalah TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang. Adapun teknik yang digunakan untuk mendapatkan data pada waktu melakukan penelitian dilapangan adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara

Menurut Sugiono, (2009:317) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi.

Teknik ini dilakukan dengan bertemu langsung dengan pegawai di TIKI yang bekepentingan.

- b. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Jumlah responden yang diambil sebanyak 60 responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa TIKI Jl. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mengadakan penelitian dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur, buku, catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian.

1.5.5 Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:58), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas (X) atau variabel independen yang terkait (Y) atau variabel dependen. Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu:

- a. Variabel Bebas yaitu Kualitas Pelayanan Jasa yang terdiri dari 5 dimensi (X)
- b. Variabel Terkait yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

2. Skala Pengukuran

Data yang diperoleh oleh penulis ini biasanya diolah dengan menggunakan perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan jawaban yang ada pada Skala Likert.

Menurut Sugiyono (2008: 107-108), salah satu skala pengukuran itu ialah Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

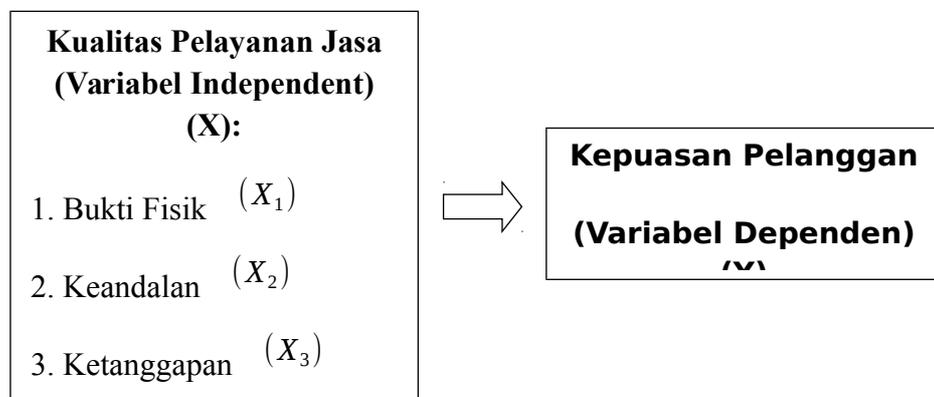
Pada Skala Likert terdapat 5 alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap pernyataan yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5. Tingkatan tabel Skala Likert yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran
(Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan)

No	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sedangkan untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang dapat dilihat melalui tabel penafsiran hubungan korelasi berikut ini:

1. Variabel terikat Y (Dependen) : Tingkat Kepuasan Pelanggan.
2. Variabel bebas X (Independen): Kualitas Pelayanan Jasa



Gambar 1.1

Kerangka Konseptual Penelitian

1.5.6 Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan

untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun analisis data terbagi menjadi 2 macam, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Yusi (2012:5), merupakan teknik yang dilakukan dengan berdasarkan hasil tanggapan dari kuesioner yang telah diberikan kepada responden. Kuesioner diberikan kepada pengguna jasa TIKI di Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang guna mendapatkan gambaran mengenai kualitas produk terhadap minat pengguna jasa TIKI.

2. Analisis Kuantitatif

Menurut Yusi (2012:5), data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Dalam penelitian ini kuantitatif digunakan untuk menjelaskan data yang diperoleh dan kemudian dimasukkan ke dalam program analisa data yaitu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Proses ini akan diperoleh hasil berupa informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan TIKI Jl. Letkol Iskandar No.241 B Palembang. Metode yang akan dianalisis berupa:

a. Uji Validasi

Menurut Ghazali dalam Robby (2013:84), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung (Correlation Item Total Correlation) dengan r tabel.

$R \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut valid

$R \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

b. Uji Realibilitas

Menurut Ghazali dalam Robby (2013:84), realibilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur satu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal ketika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula pengukur tersebut.

Menurut Ghozali dalam Robby (2013:84), SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Croch Alpa, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memerikan nilai Conbarch Alpha > 0,60.

c. Regresi Linear Berganda

Menurut Ridwan dan Akdon (2010:142), analisis regresi berganda adala suatu alat analisis peramalan niai pengaruhi suatu variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk memuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Persamaan regresi berganda untuk 5 (lima) variabel Independen sebagai berikut (Sugiyono, 2007:237) adalah:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_s X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 , b_2 , b_3 , b_4 , b_s = Koefisien Regresi

X_1 = Bukti Fisik (*Tangibles*)

X_2 = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

X_3 = Keandalan (*Reliability*)

X_4 = Empati

X_5 = Jaminan (*Assurance*)

1.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini

menggunakan uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan simultan (Uji F).

1.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan TIKI Jl. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang.

a. Uji menentukan Hipotesis null (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a).

Bentuk pengujian:

H_{01} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a1} : Ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

H_{02} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a2} : Ada pengaruh positif dan signifikan kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{03} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a3} : Ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

H_{04} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a4} : Ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{05} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan empati terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a5} : Ada pengaruh positif dan signifikan bukti empati terhadap kepuasan pelanggan.

b. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika

$$t_{hitung} > t_{tabel} \text{ maka } H_0 \text{ ditolak. Sebaliknya, jika } t_{hitung} < t_{tabel}$$

maka H_a diterima.

c. Menentukan $df = n-k$ jadi $96-6 = 90$ dengan taraf signifikan 5% (0,05).

1.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk membuktikan hipotesis yaitu Bukti Fisik (*Tangibel*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

- Menentukan Hipotesis null (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), yaitu:
 H_{06} : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan pelanggan TIKI Jl. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang.
 H_{a6} : Ada pengaruh yang positif dan signifikan Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan pelanggan TIKI Jl. Letkol Iskandar No. 241 B Palembang.
- Menentukan tara signifikan sebesar 5% (0,05)
- Menentukan F_{tabel} $df = (n-k-1)$ dan $df_2 = n$
- Menentukan kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian
 Yaitu:
 H_{06} ditolak : $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $< (0,05)$
 H_{06} diterima : $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan $< (0,05)$

1.6.3 Uji Koefisien Determinasi R^2

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil koefisien determinasi akan diketahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Koefisien Determinasi} = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R : Koefisien Korelasi

Analisis yang digunakan untuk mengetahui persentase Bukti Fisik (*Tangibel*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan (Y).