

ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. SUBUR BANGUN TRANSPORT

Mery Karania¹, Onny Setyawan^{2*}, Jansaris Othniel Purba³

^{1,2,&3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email: onnysetyawan54@gmail.com

ABSTRACT

Customer Satisfaction can occur with an increase in service quality (reliability, responsiveness and assurance) at PT. Subur Bangun Transport in order to compete with other expedition. The purpose of this study was to determine the effect of reliability, responsiveness and assurance on customer satisfaction at PT. Subur Bangun Transport using SPSS version 21. The population in this study were all consumers or customers who deliver goods at PT. Subur Bangun Transport whose exact number is not known. Sampling in this study using the Roscoe approach and the technique used is non probability sampling. The number of samples that will be used for this research are 120 respondents who are customers at PT. Subur Bangun Transport. The type of data taken in this study is quantitative, while the data sources are primary data. Based on the questionnaire data 120 respondents, there are data test in the form of descriptive analysis, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F tests, coefficient of determination test and T test. The results of this study indicate that reliability is not significant on customer satisfaction at PT. Subur Bangun Transport, responsiveness and assurance is significantly positive for customer satisfaction at PT. Subur Bangun Transport.

Keyword : Reliability; Responsiveness; Assurance; Customer Satisfaction

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SUBUR BANGUN TRANSPORT

ABSTRAK

Kepuasan Pelanggan dapat terjadi dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan dan jaminan) di PT. Subur Bangun Transport agar dapat bersaing dengan jasa pengiriman lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keandalan, ketanggapan dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Subur Bangun Transport dengan menggunakan SPSS Versi 21. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang melakukan pengiriman barang di PT. Subur Bangun Transport yang di mana tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Roscoe dan teknik yang digunakan adalah non probability sampling. Jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah 120 orang responden yang merupakan pelanggan di PT. Subur Bangun Transport. Jenis data yang diambil dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, sedangkan untuk sumber data yaitu data primer. Berdasarkan data kuisioner 120 responden terdapat uji data berupa analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji koefisien determinasi dan uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keandalan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Subur Bangun Transport, Ketanggapan dan Jaminan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Subur Bangun Transport.

Kata Kunci : Keandalan; Ketanggapan; Jaminan; Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan industri penjualan yang tumbuh seiring dengan semakin meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa, Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis terus memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Ini tentu merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan.

Dampaknya adalah perusahaan harus mulai berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan *produktifitas* dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen. Semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman, membuat perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. (M Badri yafie 2021)

Menurut Engel (2014), Jasa adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu, kemampuan untuk melakukan berbagai kombinasi dan tanggapan atau rangkaian aktivitas yang berbeda bagi tiap konsumen sangat penting dilakukan bagi usaha jasa pengiriman barang.

Salah satu jasa pengiriman barang yang ada di Kota Pekanbaru adalah PT. Subur Bangun Transport. Subur Bangun didirikan pada tahun 2000, didirikan oleh Bapak Hendri bersama dengan Bapak Trisno. Subur Bangun merupakan perusahaan yang menjual bahan bangunan yang kemudian mengubah bisnisnya menjadi bisnis ekspedisi / jasa pengiriman barang karena melihat peluang yang sangat baik pada masa itu. Pada awalnya Subur Bangun berdiri di Jalan kayu manis no.27A dan berpindah ke Jalan Riau Ujung no.188 pada tahun 2013, Kemudian Ekspedisi Subur Bangun secara perlahan meningkat dan mengubah Ekspedisi Subur Bangun menjadi PT. Subur Bangun Transport pada tahun 2020.

PT. Subur Bangun Transport ini melakukan pengiriman barang ke daerah-daerah Riau dengan menggunakan truk *coldiesel* dengan perkiraan / estimasi sampai 1-3 hari kerja. Letak geografis PT. Subur Bangun Transport yang berada di Kota Pekanbaru memberikan peluang pasar yang baik untuk kelancaran usaha pengiriman barang ke kota sekitar Riau. Dan pendistribusian barang ini akan memberikan dampak positif bagi para pelanggan, baik pengirim maupun penerima barang.

Adapun layanan PT. Subur Bangun Transport berupa *Whatsapp* yang dipegang oleh beberapa admin untuk mengecek tarif pengiriman, mengecek status pengiriman dan lokasi barang (manual). Walaupun layanan PT. Subur Bangun Transport berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan kondisi jalan di daratan, namun dengan adanya jaminan uang kembali atau garansi jika barang mengalami sampai tidak utuh / mengalami kerusakan merupakan komitmen PT. Subur Bangun Transport untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

Perusahaan jasa pengiriman juga mengharapkan kebutuhan akan barang dan jasa mereka dapat dipenuhi. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari suatu tempat ke tempat lain membuat jasa ini menjadi sangat penting. Di mana perusahaan jasa angkutan barang menunjang kelancaran arus peredaran barang dari suatu tempat ke tempat lain. Sehingga diharapkan dapat menunjang suksesnya pembangunan nasional saat ini.

Berdasarkan *studieekonomi.com*, 2021 dapat diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2019 – 2021 mengalami penurunan. Hal ini terjadi saat covid melanda dunia, yang dimana pertumbuhan ekonomi Indonesia ikut dipengaruhi hingga mengalami pertumbuhan *negative*. Sebelum terjadi pandemi, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,02% pada tahun 2019. Kondisi krisis kesehatan dunia covid 19, ikut mempengaruhi kejatuhan pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga mencapai -2,07% pada tahun 2020. Setelah berlangsungnya “New normal” dan masyarakat banyak di vaksin sehingga aktivitas ekonomi mulai berjalan kembali, pertumbuhan ekonomi Indonesia sedikit meningkat hingga mencapai 3,69% pada tahun 2021.

Menurut Lismuba indriani (2013) Indonesia terdiri dari beberapa wilayah yang memiliki struktur perekonomian yang beraneka ragam dan dapat dilihat dari kontribusi masing-masing sektor perekonomian. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dapat dilihat dari beberapa sektor / lapangan usaha seperti Transportasi, Akomodasi makan dan minum, listrik dan gas, perdagangan, industri, jasa kesehatan, dan jasa lainnya. Berikut adalah 10 lapangan usaha dengan pertumbuhan tahunan tertinggi kuartal II 2022 menurut BPS.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), 2022 dilaporkan bahwa perekonomian Indonesia pada kuartal II 2022 tumbuh 5,44% dibandingkan dengan kuartal yang sama tahun sebelumnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan sangat berpengaruh dengan pertumbuhan tahunan per kuartal II 2022, disusul dengan akomodasi makanan dan minuman, pengadaan listrik dan gas, dan jasa lainnya.

Berdasarkan data yang telah didapat, jumlah keberangkatan PT. Subur Bangun Transport terus mengalami peningkatan dan penurunan, dilihat dari tahun 2019 (sebanyak 5516 keberangkatan) dan tahun 2020 (sebanyak 4895 keberangkatan) dapat disimpulkan bahwa terdapat penurunan dibandingkan antara tahun 2018 (sebanyak 5342 keberangkatan) dan tahun 2019 (sebanyak 5516 keberangkatan) yang di mana terjadi kenaikan / jumlah keberangkatan yang semakin banyak. Hal ini terjadi karena pada tahun 2020 terjadi pandemi covid-19 di Indonesia yang menyebabkan sebagian besar masyarakat di Indonesia merasa cemas, khawatir dan menjaga jarak dengan masyarakat lain sehingga membuat pengiriman menjadi menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2021, pengiriman mulai meningkat yaitu sebanyak 6034 keberangkatan dan menjadi stabil karena

berkurangnya kasus pandemi dan adanya vaksin membuat konsumen mulai melakukan pengiriman barang dan pengiriman barang semakin meningkat karena protokol-protokol yang telah diterapkan di PT. Subur Bangun Transport.

Kepuasan pelanggan menurut Normasari, Kumadji, and Andriani (2014) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang ia persepsi dibandingkan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Keandalan (*Realibility*) menurut Nugroho and Magnadi (2018) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Menurut penelitian M Badri yafie (2021) menyatakan bahwa keandalan / *reability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Nugroho and Magnadi (2018) menemukan bahwa keandalan / *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Nurdalilah Hasby (2019) dan Nisa (2018) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.

Ketanggapan (*Responsiveness*) menurut Nugroho and Magnadi (2018) adalah Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut penelitian M Badri yafie (2021) menyatakan bahwa ketanggapan / *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho and Magnadi (2018) menyatakan bahwa ketanggapan / *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Nurdalilah Hasby (2019) menyatakan bahwa ketanggapan / *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Jaminan (*Assurance*) menurut Nugroho and Magnadi (2018) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Menurut penelitian M Badri yafie (2021) menyatakan bahwa jaminan / *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Nugroho and Magnadi (2018) menyatakan bahwa jaminan / *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Prakoso, Kusnadi, and Nugraha (2018) menyatakan bahwa jaminan / *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena-fenomena dan penelitian terdahulu, serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Subur Bangun Transport maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Subur Bangun Transport”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan yang ditujukan untuk mengatur proses pertukaran. Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar. (Arifin 2018)

Kotler dan Amstorg (2016) mendefinisikan marketing mix sangat penting diperhatikan pada saat awal pembentukan bisnis. Bisnis seharusnya ditangani dari biaya (*cost*), pekerja, sewa, promosi dan iklan, kualitas makanan, pelayanan kepada pelanggan, keuntungan dan tentunya strategi untuk melanjutkan bisnis.

Unsur-unsur *marketing mix* inilah yang secara terus menerus digunakan sebagai kelengkapan dalam strategi pemasaran. Hal ini pula yang memungkinkan suatu perusahaan dapat berhasil dalam memasarkan produknya karena dapat memberikan produk yang tepat, harga yang layak, tempat yang terjangkau dan juga promosi yang efektif. Meski unsur *marketing mix* yang lebih populer adalah 4 hal, tapi baru – baru ini ada juga yang menambahkan dua lagi unsur *marketing mix*, yakni orang dan proses pembuatan dan penyampaian produk.

Pemasaran jasa menurut Kotler dalam penelitian Abdillah and Herawati (2019) menawarkan jasa dengan bauran pemasaran terdiri dari 7 alat pemasaran yang dikenal 7p yaitu *product, price, place, promotion, process, physical evident, and people*.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam penelitian Nurdalilah Hasby (2019) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah

ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan ber ekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Dan sebaliknya apabila ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini jelas sekali bahwa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya terhadap sesuatu yang di inginkan. Menurut Irawan dalam penelitian Nurdalilah Hasby (2019) ada lima faktor utama pada kepuasan konsumen yakni : (1) Kualitas Produk atau Jasa, Konsumen akan puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. (2) Harga Konsumen, Harga konsumen yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money* yang tinggi. Komponen harga ini *relative* tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. (3) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*), Kualitas pelayanan ini tergantung pada sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang peranan penting karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. (4) Faktor Emosional, Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian kelompok orang-orang penting adalah merupakan emosional *value* yang mendasari kepuasan konsumen. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya nilai emosional yang diberikan brand tertentu. (5) Kemudahan, Mendapatkan Produk atau Jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya.

Indikator Kepuasan Pelanggan menurut Irawan dalam penelitian Lestari (2019) adalah sebagai berikut : (1) Merasa puas karena terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen. (2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya. (3) Menggunakan jasa kembali.

Keandalan

Keandalan menurut Putri Sucipto (2019) Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Indikator *Reliability* atau keandalan menurut Tjiptono dan Chandra dalam penelitian Putri Sucipto (2019) adalah sebagai berikut : (1) Menyediakan jasa sesuai yang di janjikan. (2) Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelayanan. (3) Menyimpan catatan / dokumen dengan tepat.

Ketanggapan

Ketanggapan menurut Putri Sucipto (2019) Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya.

Menurut Jayanti (2016), Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti, dengan cara : (1) Memberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, (2) Memberikan penjelasan yang mendetail, (3) Memberikan penjelasan yang membina, (4) Memberikan penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas.

Indikator *Responsiveness* atau ketanggapan menurut Tjiptono dan Chandra dalam penelitian Putri Sucipto (2019) adalah sebagai berikut : (1) Layanan yang segera / cepat bagi pelanggan. (2) Kesiapan untuk membantu pelanggan. (3) Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

Jaminan

Jaminan menurut Putri Sucipto (2019) Jaminan merupakan bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan. Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh *performance*, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima.

Menurut Jayanti (2016), Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut : (1) Mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. (2) Memiliki komitmen

organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. (3) Memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan.

Indikator Assurance atau jaminan menurut Tjiptono dan Chandra dalam penelitian Putri Sucipto (2019) adalah sebagai berikut : (1) Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. (2) Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi. (3) Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan.

Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2020) Dimensi *reliability* atau keandalan ini berkaitan dengan bagaimana kemampuan sebuah perusahaan memberikan kinerja layanan secara akurat sejak awal dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang sudah disepakati, tanpa membuat kesalahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho and Magnadi (2018) Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017) bahwa Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Hasby (2019) dan (Nisa 2018) menyatakan bahwa keandalan / *reability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan suatu hipotesis, yaitu :

H₁ : *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Subur Bangun Transport.

Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2020) Dimensi *responsiveness* atau daya tanggap ini berkaitan dengan bagaimana kemampuan dan kesediaan setiap karyawan memberikan bantuan terhadap pelanggan, memberikan informasi yang jelas kapan jasa diberikan, merespon apa yang diinginkan mereka, dan memberikan jasa secara cepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho and Magnadi (2018) Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017) bahwa Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Nurdalilah Hasby (2019) menyatakan bahwa ketanggapan / *reponsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan suatu hipotesis, yaitu :

H₂ : *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Subur Bangun Transport.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

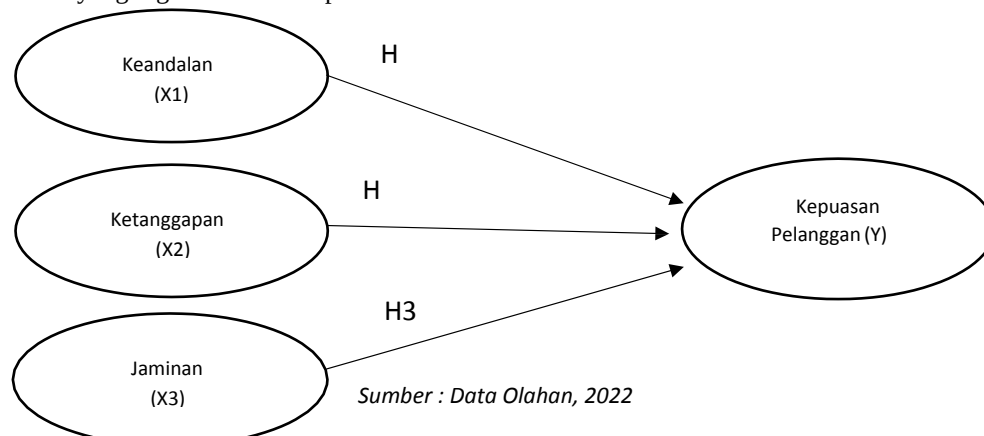
Menurut Tjiptono (2020) Dimensi Assurance atau jaminan ini memiliki fungsi dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa memberikan rasa aman dalam proses pemakaian jasa. Jaminan juga berarti bahwa setiap karyawan selalu memberikan sikap dan etika yang baik serta menguasai pengetahuan akan produk guna menangani setiap hal yang ditanyakan konsumen seputar masalah layanan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho and Magnadi 2018) Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wicaksono 2017) bahwa Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Prakoso, Kusnadi, and Nugraha (2018) menyatakan bahwa jaminan / *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan suatu hipotesis, yaitu :

H₃ : *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Subur Bangun Transport.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hubungan antar variabel yang dapat mempengaruhi variabel yang lain. Maka, keandalan, ketanggapan dan jaminan sebagai variabel bebas (X), dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). berikut kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.



METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Pengumpulan data hingga pengelolaan data penelitian dilakukan di Kota Pekanbaru. Objek penelitian adalah para pelanggan PT. Subur Bangun Transport. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan November 2022 hingga Januari 2023

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Nurdalilah Hasby (2019) yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga mengandung arti kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Dalam artian lain populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Subur Bangun Transport.

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. (Hasby 2019). Dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel (3 variabel independen dan 1 variabel dependen), maka jumlah sampelnya adalah $4 \times 30 = 120$ Responden.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik yang digunakan dalam usaha pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Wawancara, merupakan kegiatan secara langsung kepada pelanggan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk mendapatkan data-data primer yang diperlukan dalam penelitian ini. (2) Kuisioner, berupa mengumpulkan data penelitian dengan cara membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang menjadi sampel dalam penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Keandalan (X1), Ketanggapan (X2), dan Jaminan (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keandalan (X1)	a. Menyediakan jasa sesuai yang di janjikan. b. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelayanan. c. Menyimpan catatan / dokumen dengan tepat. (Putri Sucipto 2019)	Interval
2	Ketanggapan (X2)	a. Layanan yang segera / cepat bagi pelanggan. b. Kesiapan untuk membantu pelanggan. c. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan. (Putri Sucipto 2019)	Interval
3	Jaminan (X3)	a. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. b. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi. c. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan. (Putri Sucipto 2019)	Interval

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
4	Kepuasan Pelanggan (Y1)	a. Merasa puas karena terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen. b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya. c. Menggunakan jasa kembali. (Lestari 2019)	Interva

Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan diuji dengan: (1) Analisis deskriptif, (2) Uji pendahuluan yaitu uji validitas dan reliabilitas, (3) Uji Asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, (4) Analisis regresi linear berganda, (5) Uji model yaitu uji simultan / uji F dan uji koefisien determinasi / R², serta (6) Uji hipotesis yaitu uji parsial / uji t.

Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ *response* (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ predictor (X₁, X₂,...X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ *response* (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ predictor (X₁, X₂,..., X_n) diketahui. Di samping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel takbebas dengan variabel - variabel bebasnya.

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Di mana :

Y = variabel tak bebas (nilai variabel yang akan

diprediksi) a = konstanta b₁, b₂, ...,

b_n = nilai koefisien regresi X₁, X₂, ...,

X_n = variabel

bebas (Yuliara

2016)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 120 pelanggan di PT. Subur Bangun Transport Pekanbaru yang diambil secara acak. Penyajian data mengenai identitas responden dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari responden, yang meliputi jenis kelamin, umur dan lokasi. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Demografi	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Pria	83	69.2 %
	Wanita	37	30.8 %
	Total	120	100 %
Umur / Usia	< 20 thn	7	5.8 %
	21-30 thn	72	60 %
	31-40 thn	38	31.7 %
	> 40 thn	3	2.5 %
	Total	120	100 %
	Pekanbaru	72	20 %
	Air Molek	1	1.7 %
	Bagan Batu	1	5.8 %
	Baserah	0	1.2 %

Demografi	Kategori	Frekuensi	%
Lokasi	Belilas	0	1 %
	Bunga Raya	1	2.5 %
	Dayun	3	2.5 %
	Dumai	9	5.8 %
	Duri	1	7.5 %
	Kandis	1	3.3 %
	Kerinci	8	8.3 %
	Lubuk Dalam	2	2.5 %
	Perawang	1	2.5 %
	Peranap	1	2.5 %
	Rengat	4	1 %
	Siak	0	7.2 %
	Sungai Apit	1	6.7 %
	Sungai Pakning	6	5 %
	Sorek	5	4.2 %
	Taluk Kuantan	0	2.5 %
	Ujung Tanjung	0	5 %
	Ukui	3	2.5 %
	Total	120	100%

Sumber : Data Olahan, 2022

Analisis Deskriptif

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas (*independent*) yaitu variabel Keandalan (X1), Ketanggapan (X2), dan Jaminan (X3) kemudian memiliki 1 variabel terikat (*dependen*) yaitu variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 3. Tingkat Persepsi Responden Terhadap Variabel

No	Variabel	Rata-Rata	Keterangan
1	Keandalan (X1)	4.12	Baik
2	Ketanggapan (X2)	4.28	Sangat Baik
3	Jaminan (X3)	4.27	Sangat Baik
4	Kepuasan Pelanggan (Y1)	4.26	Sangat Baik

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 21

Uji Pendahuluan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu *instrument* dalam pengukuran. Dari hasil perhitungan korelasi akan di dapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. (Yusuf 2018) Pengujian validitas digunakan untuk mengukur tingkat valid atau sah nya pernyataan suatu angket. Angket dianggap valid apabila *nilai corrected item total correlation* > 0.3.

Uji reliabilitas berguna untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang dengan uji *statistic* koefisien *Cronbach Alpha* (α) apabila suatu variabel memiliki nilai α >

0.60 yang artinya variabel tersebut dikatakan reliabel. Dengan demikian berarti dapat disimpulkan bahwa data yang didapat dinyatakan valid dan reliabel untuk pengujian selanjutnya.

Uji Asumsi

Klasik Uji

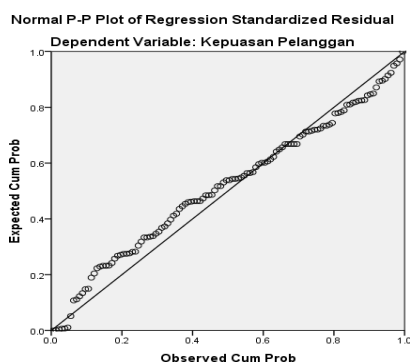
Normalitas

Menurut Artha, Satria, Intan (2021) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov diolah dengan SPSS versi 21. Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat:

(1) Jika nilai signifikansi > 0,05, maka dinyatakan data berdistribusi normal. (2) Jika nilai signifikansi <

0,05, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

Data yang berdistribusi normal merupakan syarat wajib untuk dipenuhi sebelum dilakukannya proses pengujian parametrik. Untuk menguji normalitas pada variabel yang diuji dalam penelitian ini digunakan *Normal P-P Plot*, antara lain sebagai berikut:



Sumber: Data Olahan SPSS Versi

21

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 5, dapat dilihat bahwa data tersebut di sekitar garis diagonal *normal probability plot* atau mendekati atau tidak tersebar jauh dari garis diagonal sehingga data dalam penelitian ini memiliki data residual yang terdistribusi normal.

Uji *Kolmogorov Smirnov* dilakukan dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Berikut adalah data dari uji kolmogorov-Smirnov Z:

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.37472767
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.064
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.228

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.228, artinya data terdistribusi normal karena $0.228 > 0.05$ sehingga data penelitian baik dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linier antar variabel bebas. Menurut Hasby (2019) Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Serta menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak terjadi kesalahan.

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada korelasi sempurna antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF > 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dan jika VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas dalam model regresi. Lalu untuk tolerance, apabila nilai lebih besar dari > 0.10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Keandalan (X1)	0.393	2.545	Tidak terjadi multikolinearitas
Ketanggapan (X2)	0.332	3.015	Tidak terjadi multikolinearitas
Jaminan (X3)	0.486	2.057	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 21

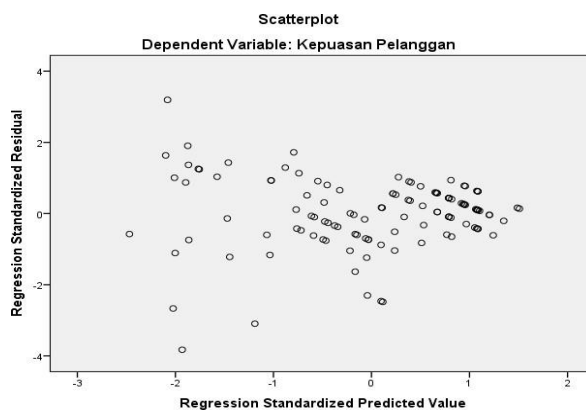
Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai VIF dari variabel X / Independent ini memiliki nilai VIF < 10 dan Nilai Tolerance < 1, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas dan Tolerance tidak memenuhi kriteria.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hasby (2019) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan tingkat signifikansi 5%, adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan kriteria sebagai berikut : (1) Jika nilai probabilitas variabel independen lebih besar (>) dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika nilai probabilitas variabel independen lebih kecil (<) dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *scatterplot*. Jika pada titik-titik di dalam scatterplot terbentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi gejala heteroskedastisitas.



Sumber : Data Olahan SPSS Versi

21

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 3, terlihat bahwa titik-titik terpecah dengan tidak membentuk pola seperti cerobong asap di sekitar garis diagonal (menyebar lalu menyempit atau sebaliknya), di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan model regresi terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Gletser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.533	.185			8.267	.000
Keandalan	.008	.058	.017	.141	.888	
Ketanggapan	-.020	.067	-.039	-.292	.771	
Jaminan	-.283	.057	-.546	-4.963	.000	

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 6, Hasil dari uji Heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser output menunjukkan variabel Keandalan (X1) dan Ketanggapan (X2) tidak ada hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap nilai absolut residual yaitu ditunjukkan dengan Sig lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa data tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Sedangkan Jaminan (X3) menunjukkan Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 menunjukkan bahwa terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel keandalan, ketanggapan dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan, sekaligus untuk melihat hasil pengujian hipotesis yang diajukan. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.338	.323		1.048	.297
Keandalan	.023	.100	.022	.229	.820
Ketanggapan	.279	.117	.250	2.378	.019
Jaminan	.620	.099	.544	6.254	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah : (1) Nilai Konstanta (a) sebesar 0.338. Artinya adalah Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan diasumsikan bernilai 0, maka tingkat Kepuasan Pelanggan senilai 0.338 satuan. (2) Nilai koefisien regresi 0.023 menyatakan bahwa jika

Keandalan mengalami peningkatan 1 satuan, maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.023 satuan.

(3) Nilai koefisien regresi 0.279 menyatakan bahwa jika Ketanggapan mengalami peningkatan 1 satuan, maka dapat menurunkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.279 satuan. (4) Nilai koefisien regresi 0.620 menyatakan bahwa jika Jaminan mengalami peningkatan 1 satuan, maka dapat menurunkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.620 satuan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji data untuk mengetahui apakah variabel independen (Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) pada pelanggan PT. Subur Bangun Transport, maka perlu dilakukan pengujian secara simultan atau Uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22.482	3	7.494	52.022	.000 ^b
Residual	16.710	116	.144		
Total	39.192	119			

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 21

Dari hasil pengujian tabel 8 di atas, diperoleh hasil F hitung adalah 52.022, sedangkan nilai F tabel adalah

3.07. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan nilai signifikan $0.000 < \alpha 0.05$. Jadi dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dalam variabel-variabel terterikat yang dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.757	0.574	0.563	0.37954	2.095

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 21

Dari hasil pengolahan tabel 9 di atas, diketahui bahwa Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh sebesar 0.563. Hal ini berarti 56,3% Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan sedangkan sisanya 43,7% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Dalam Uji Parsial (Uji t) akan diuji kemungkinan adanya pengaruh variabel independen terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Subur Bangun Transport secara parsial. Untuk membuktikan dugaan pada hipotesis tentang ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Subur Bangun Transport akan dilakukan uji t. Pengujian parsial (uji t) berguna untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel X terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh secara parsial dari variabel X yaitu Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian secara parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10. Hasil Uji t

Model	T tabel	T hitung	Sig.	Hasil
Keandalan (X1)	1.98063	0.229	0.820	Berpengaruh positif dan tidak signifikan
Ketanggapan (X2)	1.98063	2.378	0.019	Berpengaruh positif dan signifikan
Jaminan (X3)	1.98063	6.254	0.000	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 10, hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa (1) nilai T hitung untuk variabel keandalan sebesar 0.229 lebih kecil dari T tabel 1.98063 atau signifikan 0.820 lebih besar dari 0.05 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat dikatakan secara parsial bahwa variabel keandalan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. (2) nilai T hitung untuk variabel ketanggapan sebesar 2.378 lebih besar dari T tabel 1.98063 atau signifikan 0.019 lebih kecil dari 0.05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan secara parsial bahwa variabel ketanggapan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. (3) nilai T hitung untuk variabel jaminan sebesar 6.254 lebih besar dari T tabel 1.98063 atau signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan secara parsial bahwa variabel jaminan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keandalan menurut Putri Sucipto (2019) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan PT. Subur Bangun Transport. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel keandalan dengan nilai T hitung sebesar 0,299 dengan nilai signifikan sebesar 0,820 lebih besar dari 0,05 ($0,820 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,022 yang artinya keandalan dari PT. Subur Bangun Transport tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga mendukung peneliti Hasby (2019) yang menyatakan bahwa keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ketanggapan menurut Putri Sucipto (2019) Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel ketanggapan dengan t hitung sebesar 2,378 dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 ($0,019 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,250. Hal ini juga mendukung peneliti Wicaksono (2017), Nugroho and Magnadi (2018), M Badri yafie (2021) yang menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan menurut Putri Sucipto (2019) Jaminan merupakan bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel ketanggapan dengan t hitung sebesar 6,254 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,544. Hal ini juga mendukung peneliti Wicaksono (2017), Nugroho and Magnadi (2018), M Badri yafie (2021) yang menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Subur Bangun Transport, maka dapat diambil kesimpulan antara lain: (1) Variabel keandalan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Variabel ketanggapan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Variabel jaminan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, keterbatasan penelitian ini adalah (1) Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui angket terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam angketnya. (2) Terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun dalam penelitian ini

hanya menggunakan variabel keandalan, ketanggapan dan jaminan sehingga hasil yang diperoleh kurang mampu menjelaskan kepuasan pelanggan secara lengkap.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, Adapun saran yang akan diberikan sebagai berikut: (1) Bagi Akademi, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel bebas dalam meneliti kepuasan pelanggan PT. Subur Bangun Transport agar hasil penelitian dapat dilihat dari lebih banyak faktor lagi.

(2) Bagi perusahaan diharapkan ke depannya tetap dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap perusahaan menjadi lebih baik lagi dan agar dapat membuat pelanggan menjadi loyal serta dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sesuai dengan target yang telah ditetapkan pada perusahaan PT. Subur Bangun Transport.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, Wahyu, and Andry Herawati. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)."
- Artha, Satria, Intan, Rita. 2021. "Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia."
- Engel. 2014. "Jasa, Perilaku Konsumen Dan Pelayanan."
- Hasby, Nurdalilah. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Agen Pangkalan Mansyur."
- Irawan, Handi. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. 2015

- Jayanti, Nur Dwo. 2016. "Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta."
- Kotler, Philip & Keller. Manajemen Pemasaran (ed.13). Jakarta : Airlangga. 2010
- Lestari, Astri Dwi. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya."
- Lismuba indriani, Mohammad Abdul Mukhyi. 2013. "Sektor Unggulan Perekonomian Indonesia."
- M Badri yafie. 2021. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J & T ExpressPalembang (Studi Kasus J & T Express Mangkunegara)."
- Nisa, Zidna Nur Izzati. 2018. "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan KonsumenPada Jasa Pengiriman TIKI Yogyakarta."
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, and Kusumawati Andriani. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapLoyalitas Pelanggan Pt. Bank Tabungan Negara (BtN) Kantor Cabang Bandar Lampung."
- Nugroho, Aji, and Rizal Hari Magnadi. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JasaPengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-Commerce."
- Prakoso, Ilyas , Kusnadi, Aji, and Billy Nugraha. 2018. "Scientific Journal Widya Teknik."
- Putri Sucipto, Ajeng Ajrina. 2019. "Dimensi Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pasien PesertaBPJS Kesehatan Di Puskesmas Labrak Kidul Kabupaten Lumajang."
- Tjiptono. 2020. "Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model)."
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 4. Andi : Yogyakarta.
- Wicaksono, Teguh. 2017. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin."
- Yuliara, I made. 2016. "Regresi Linear Berganda."
- Yusuf, Febrianawati. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas."