

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada TIKI Cabang Utama Samarinda

Dorce Dahlia¹, H. Mulyadi², Sarwo Eddy Wibowo³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : chece0792@gmail.com

Keywords :

Service Quality, Trust and Customer Satisfaction

ABSTRACT

Dorce Dahlia : The Influence of Service Quality and Trust on Satisfaction At TIKI Main Branch of Samarinda. This study aims to determine the effect: 1) tangible to customer satisfaction At TIKI Main Branch Samarinda; 2) empathy towards customer satisfaction At TIKI Main Branch of Samarinda; 3) reliability of customer satisfaction At TIKI Main Branch of Samarinda; 4) responsiveness to customer satisfaction At TIKI Main Branch of Samarinda; 5) confidence in customer satisfaction At TIKI Main Branch of Samarinda; 6) trust in customer satisfaction At TIKI Main Branch Samarinda and 7) tangible, empathy, reliability, responsiveness, belief and trust simultaneously to customer satisfaction At TIKI Main Branch Samarinda. The research population used by the researcher is all students of the University of 17 August 1945 Samarinda in the period of 2013/14 - 2016/17 which amounted to 6,172 students. The sample was 98 students with slovin formula and sample selection using proportionate stratified random sampling technique. Data analysis technique used multiple linear regression analysis with classical assumption test and hypothesis test. The findings of this study are tangible variables have a positive and significant impact on customer satisfaction in TIKI Main Branch Samarinda, empathy variable does not have a negative and insignificant effect on customer satisfaction in TIKI Main Branch Samarinda, reliability variables have a positive and significant impact on customer satisfaction on TIKI Main Branch Samarinda , the variable of responsiveness does not have a positive and insignificant effect on customer satisfaction in TIKI Main Branch of Samarinda, confidence variable has no positive and insignificant effect to customer satisfaction at TIKI Main Branch of Samarinda, trust variable has no positive and insignificant effect to customer satisfaction at TIKI Branch Main Samarinda, intangible variables, empathy, reliability, responsiveness, belief and trust simultaneously have a positive and significant impact on customer satisfaction at TIKI Main Branch of Samarinda,

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, membuka arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas. Kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis *online* atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang untuk *customernya* ke seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja *online* pun semakin hari kian meningkat.

Hal ini menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis. Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan survey terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada.

Pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan pengiriman yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman adalah suatu organisasi laba atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pengiriman. Pengiriman yang dilakukan berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestik maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern.

TIKI merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia. Tiki berada dibawah manajemen PT Citra Van Titipan Kilat sejak tahun 1970. Sesuai dengan visi Tiki, yaitu menjadi mitra jasa titipan kilat yang profesional dan terkemuka di dunia telah terbukti sudah 46 tahun Tiki berada dalam industri jasa pengiriman dan dikenal masyarakat luas. Tiki memiliki dua layanan produk pengiriman barang yaitu DOM dan INT. DOM merupakan layanan pengiriman barang untuk wilayah domestik (seluruh Indonesia), sedangkan INT merupakan layanan pengiriman barang ke seluruh dunia. Selain itu, Tiki juga memiliki beragam varian layanan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan *customer*.

Dasar Teori

Manajemendan Manajemen Pemasaran

Hasibuan(2009 : 2) mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Sedangkan menurut Safroni (2012: 44) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan proses penggunaan semua sumber daya organisasi untuk tercapainya tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Jasa

Pengertian jasa. Menurut Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009 : 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011: 174-175) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.
2. Empati (*Emphaty*), syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
3. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
5. Keyakinan (*Assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Kepercayaan

Kepercayaan pelanggan menurut Jasfar (2009: 167), Kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah berwujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
2. Apakah empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
3. Apakah keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
4. Apakah daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
5. Apakah keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?
7. Apakah berwujud, empati, kehandalan, daya tanggap, keyakinan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan penulis, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh berwujud terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.
2. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.
3. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.

4. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.
5. Untuk mengetahui pengaruh keyakinan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda.
7. Untuk mengetahui pengaruh berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Cabang Utama Samarinda ?

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan yang sifatnya sementara dan perlu dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan latar belakang dan dasar teori diatas, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Berwujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₂: Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₃: Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₄: Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₅: Keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₆: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.
- H₇: Berwujud, Keandalan, Daya Tanggap, Keyakinan, Empati dan Kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Cabang Utama Samarinda.

METODE

Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Penjelasan spesifik atau khusus mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berwujud (*Tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.
 - a. Peralatan modern
 - b. Fasilitas yang berdaya tarik visual
 - c. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
 - d. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual
2. Empati (*Empathy*), syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
 - a. Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan
 - b. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan
 - c. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
 - d. Waktu beroperasi yang nyaman
3. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
 - a. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan
 - b. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan

- c. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan
 - d. Menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
 - a. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa
 - b. Layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan
 - c. Kesiediaan untuk membantu pelanggan
 - d. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan
 5. Keyakinan (*Assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
 - a. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
 - b. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
 - c. Karyawan secara konsisten bersikap sopan
 - d. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan
 6. Kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan CV Tiki Cabang Utama Samarinda untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif. Adapun indikatornya sebagai berikut :
 - a. Integritas (*Integrity*), merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip – prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.
 - b. Kebaikan (*Benevolence*), yaitu didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.
 - c. Kemampuan (*Ability*), Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksis dari gangguan pihak lain.
 7. Kepuasan pelanggan adalah ukuran suatu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen atas apa yang diperoleh dari kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh CV. Tiki Cabang Utama Samarinda. Adapun indikatornya sebagai berikut :
 - a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
 - b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
 - c. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (observasi dan kuesioner) dan penelitian kepustakaan.

Gambaran Tentang Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang CV. Tiki Cabang utama Samarinda dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui.

Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *Insidental Sampling* yaitu 96 responden anggota sampel yang secara kebetulan dijumpai pada saat penelitian dilakukan.,

Teknik Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Analisa validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan setiap item pertanyaan yang ada dalam instrument. Pengukuran validitas menggunakan program SPSS. Standar validitas didasarkan pada ketentuan nilai r kritik product moment pada koefisien yang digunakan dan juga jumlah sampel.

Uji validitas ini diketahui bahwa N adalah 96 dan $\alpha = 5\%$ maka $r_{tabel} = 0,199$. Setiap item pertanyaan akan dikatakan valid jika lebih besar dari 0,199. Dari penghitungan melalui program SPSS terhadap item pertanyaan didapatkan hasil sebagai berikut:

Variabel	Questionnaire	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Berwujud	BW1	.445	.199	Valid
	BW2	.474	.199	Valid
	BW3	.581	.199	Valid
	BW4	.642	.199	Valid
Empati	EP1	.504	.199	Valid
	EP2	.550	.199	Valid
	EP3	.668	.199	Valid
	EP4	.750	.199	Valid
Keandalan	KD1	.633	.199	Valid
	KD2	.686	.199	Valid
	KD3	.717	.199	Valid
	KD4	.699	.199	Valid
Daya Tanggap	DY1	.567	.199	Valid
	DY2	.603	.199	Valid
	DY3	.599	.199	Valid
	DY4	.686	.199	Valid
Keyakinan	KK1	.413	.199	Valid
	KK2	.600	.199	Valid
	KK3	.605	.199	Valid
	KK4	.628	.199	Valid
Kepercayaan	KY1	.606	.199	Valid
	KY2	.640	.199	Valid
	KY3	.568	.199	Valid
	KY4	.617	.199	Valid
	KY5	.426	.199	Valid
	KY6	.332	.199	Valid
	KY7	.580	.199	Valid
	KY8	.570	.199	Valid
	KY9	.598	.199	Valid
Kepuasan	KP1	.614	.199	Valid

	KP2	.592	.199	Valid
	KP3	.562	.199	Valid

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Tabel validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan dinyatakan valid karena seluruh item nilainya lebih besar dari 0,199 seluruh item pertanyaan dapat diikutkan kembali dalam analisis data selanjutnya.

Hasil uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronchbach's Alpha*. Uji reliabilitas, nilai yang dikatakan reliabel adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dapat dilihat ditabel dibawah ini :

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Berwujud	.727	.199	Reliabel
Empati	.809	.199	Reliabel
Keandalan	.844	.199	Reliabel
Daya Tanggap	.799	.199	Reliabel
Keyakinan	.676	.199	Reliabel
Kepercayaan	.822	.199	Reliabel
Kepuasan	.670	.199	Reliabel

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Dari penghitungan alpha cronbach di atas dapat diketahui bahwa hasil yang diperoleh lebih besar dari nilai r kritik product moment tabel yaitu sebesar 0,199 sehingga secara otomatis dapat dinyatakan bahwa semua instrument variabel dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrument dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi normal.

Kriteria pengujian normalitas adalah jika nilai taraf signifikan lebih besar 0,05 ($P > 5\%$) maka dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukkan probabilitas = 0,139, data pada penelitian ini berdistribusi normal karena probabilitas < 0.05 .

Hasil Uji Linearitas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Berikut gambar uji linieritas disajikan berikut dibawah ini:

Variabel	Sig	Keterangan
Berwujud → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear
Empati → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear
Keandalan → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear
Daya Tanggap → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear
Keyakinan → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear
Kepercayaan → Kepuasan Konsumen	0,000	Linear

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *test of linearity* yang lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), hal ini menunjukkan semua variabel penelitian adalah linier.

Hasil Uji Multikolinearitas

Adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas *tolerance value* adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10. Apabila *tolerance value* < 0,1 atau VIF > 10 = terjadi multikolinearitas. Apabila *tolerance value* > 0,1 atau VIF < 10 = tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian terhadap multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut dibawah ini:

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Berwujud	.478	2.093	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Empati	.370	2.704	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Keandalan	.382	2.617	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Daya Tanggap	.437	2.290	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Keyakinan	.403	2.484	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Kepercayaan	.499	2.006	Tidak Terdapat Multikolinearitas

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan tidak ada yang memiliki *tolerance value* lebih kecil dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinearitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji statistik dengan melihat Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Variabel	Sig	Keterangan
Berwujud	.101	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Empati	.239	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Keandalan	.750	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Daya Tanggap	.342	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Keyakinan	.224	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Kepercayaan	.282	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih dari 0,05, dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson*. Syarat tidak terjadi autokorelasi adalah $1 < DW < 3$.

Berdasarkan output hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa pada uji autokorelasi diperoleh nilai uji Durbin-Watson adalah 1,772. Angka ini lebih besar dari 1 dan lebih kecil dari 3. Secara ringkas $1 < 1,772 < 3$. Karena DW berada di antara dua angka batasan autokorelasi, maka hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terdapat autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variasi dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS yang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -.391 + .309X_1 - .091X_2 + .221X_3 + .043X_4 + .138X_5 + .071X_6$$

Koefisien Determinasi

Analisa koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel output koefisien determinasi besarnya R^2 diperoleh hasil sebesar 0,525. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 52,5%, sedangkan sisanya sebesar 47,5% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Variabel	Sig	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
Berwujud	.001	3.510	1.986	Ha Diterima
Empati	.317	-1.005	1.986	Ha Ditolak
Keandalan	.031	2.195	1.986	Ha Diterima
Daya Tanggap	.623	.493	1.986	Ha Ditolak
Keyakinan	.170	1.383	1.986	Ha Ditolak
Kepercayaan	.098	1.672	1.986	Ha Ditolak

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} . Hasil pengujian diperoleh nilai sebagai berikut :

1. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.510 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.001 < 0,05$. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel berwujud (X_1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
2. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1.005 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.317 > 0,05$. Artinya, tidak terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel empati (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
3. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.195 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.031 < 0,05$. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keandalan (X_3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
4. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar .493 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.623 > 0,05$. Artinya, tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel daya tanggap (X_4) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
5. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.383 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.170 > 0,05$. Artinya, tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel keyakinan (X_5) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

6. Hasil output diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.672 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.986 dan nilai sig sebesar $.098 > 0,05$. Artinya, tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel kepercayaan (X_6) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

Signifikansi	F _{hitung}	F _{tabel}	Keterangan
.000	16.381	2,70	Ha Diterima

(Sumber, Data primer yang diolah, 2017)

Gambar 5.11 diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $16.381 > 2.20$ dan nilai sig $< 0,05$ maka artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Pembahasan

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 1 H_a diterima artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel berwujud sebesar $3.510 > 1.986$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Berwujud menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika berwujud meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Agar kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda tetap maksimal operasional perusahaan wajib meningkatkan dari segi berwujud atau bukti fisik. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 2 H_a ditolak artinya empati tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel empati sebesar $-1.005 < 1.986$ dan nilai signifikansi $0,317 > 0,05$. Empati menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika empati meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Manajemen CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda harus mempertahankan empati, maka manajemen harus mampu meningkatkan dari segi empati. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 3 H_a diterima artinya keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel keandalan sebesar $2.195 > 1.986$ dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. Keandalan menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika keandalan meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Agar kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda tetap maksimal operasional perusahaan wajib meningkatkan dari segi keandalan. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 4 Ha ditolak artinya daya tanggap tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel daya tanggap sebesar $0,493 < 1,986$ dan nilai signifikansi $0,317 > 0,05$. Daya tanggap menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika daya tanggap meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Manajemen CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda harus mempertahankan daya tanggap, maka manajemen harus mampu meningkatkan dari segi daya tanggap. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 5 Ha ditolak artinya keyakinan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel keyakinan sebesar $1,383 < 1,986$ dan nilai signifikansi $0,170 > 0,05$. Keyakinan menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika keyakinan meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Manajemen CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda harus mempertahankan keyakinan, maka manajemen harus mampu meningkatkan dari segi keyakinan. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 6 Ha ditolak artinya kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} untuk variabel kepercayaan sebesar $1,672 < 1,986$ dan nilai signifikansi $0,098 > 0,05$. Kepercayaan menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika kepercayaan meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

Manajemen CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda harus mempertahankan kepercayaan, maka manajemen harus mampu meningkatkan dari segi kepercayaan. Kriteria tersebut jika sudah terpenuhi, maka pelanggan akan puas dan bangga terhadap CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda serta pelanggan akan memberikan referensi kepada orang lain dan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan uji t maka dapat diketahui bahwa Hipotesis 7 Ha ditolak artinya berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda. Hal ini dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar $16,381 < 2,20$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_1 diterima maka artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_2 ditolak maka artinya empati tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_3 diterima maka artinya keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_4 ditolak maka artinya daya tanggap tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_5 ditolak maka artinya keyakinan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_6 ditolak maka artinya kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_7 diterima maka artinya berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Cabang Utama Samarinda

Saran

Hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat berwujud dan keandalan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan, disarankan kepada operasional perusahaan untuk tetap memperhatikan setiap keluhan para pelanggan dan selalu mengatasi masalah serta memberikan solusi dalam menyelesaikannya agar terciptanya kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan variabel empati, daya tanggap, keyakinan dan kepercayaan memiliki hubungan yang tidak berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan, maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar menambahkan dimensi lebih dalam lagi seperti, harga dan lokasi serta menambahkan sampel penelitian agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas lagi.

REFERENCES

- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen: Dasar, Penegertian, dan Masalah*, edisi revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.