

SKRIPSI

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan
Konsumen PT. SCL Trans Denpasar**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program

Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Oleh

KADEK INDRI BERLIAN ARYA PANDE

NIM. 1815744140

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan
Konsumen PT. SCL Trans Denpasar**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program

Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Oleh

KADEK INDRI BERLIAN ARYA PANDE

NIM. 1815744140

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Wyekof (dikutip dalam Fandy Tjiptono 2000:59), definisi kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitasnya dipresepsikan buruk. Dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten namun dinamis dengan mengikuti kebutuhan konsumen.

2. Kepuasan Konsumen

Semakin banyak konsumen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka persaingan semakin ketat menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Menurut Phillip Kotler (2001:36) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. James F.Engel (1994:545) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah evaluasi pembeli dimana alternative yang dipilih sekira-kiranya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja (kenyataan) atau hasil yang dirasakan.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik pengaruh positif maupun yang pengaruhnya negatif. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Adapun alasan digunakannya dua variabel ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. SCL Trans terhadap kepuasan konsumen disesuaikan dengan situasi dilapangan.

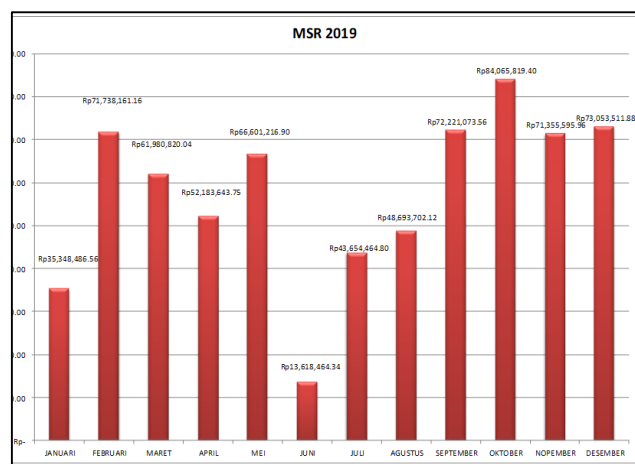
Jasa pengiriman barang di PT. SCL Trans ini harus benar-benar meningkatkan kualitas pelayanan mereka dimana mereka harus menjamin bahwa mereka telah menerapkan protokol kesehatan yang benar ketika melakukan pengiriman barang kepada para konsumen agar terciptanya rasa nyaman dan aman

antara konsumen dengan pihak PT. SCL Trans dan dapat meningkatkan citra baik PT. SCL Trans dimata konsumen pada masa pandemi.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang logistik khususnya PT. SCL Trans untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan PT. SCL Trans itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

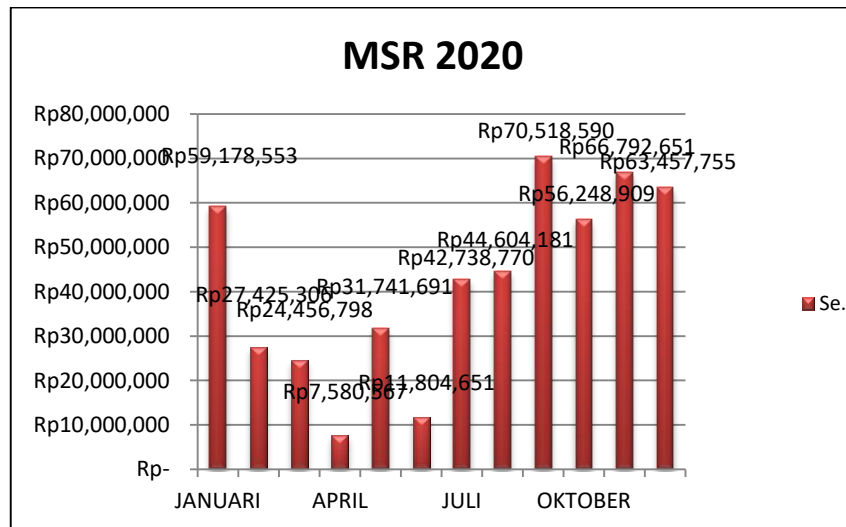
Maka dari itu PT. SCL Trans harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikan kepada orang lain.

Berikut ini adalah data mengenai jumlah pendapatan marketing pada perusahaan PT. SCL Trans dalam melakukan penjualan jasa kepada konsumen.



Gambar 1.1 Jumlah Penjualan pada Perusahaan PT. SCL Trans Tahun 2019

Sumber : PT. SCL Trans Tahun, 2019



Gambar 1.2 Jumlah Penjualan pada Perusahaan PT. SCL Trans Tahun 2020

Sumber : PT. SCL Trans Tahun, 2020

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan marketing pada PT. SCL Trans tahun 2019 dan 2020 terus berfluktuatif setiap bulannya. Tetapi di tahun 2019 ada beberapa bulan yang mengalami peningkatan pada kurun waktu tersebut yaitu bulan Februari, September, Oktober, November dan Desember. PT. SCL Trans berupaya untuk mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat dan mempertahankan usahanya dari persaingan bisnis jasa lainnya. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen. Sedangkan di tahun 2020 peningkatan yang lumayan tinggi terjadi di bulan September.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung

konsisten dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan peneleitian yang berjudul, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen PT. SCL Trans”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada PT. SCL Trans?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada PT. SCL Trans?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada PT. SCL Trans?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada PT. SCL Trans?
5. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kepedulian (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada PT. SCL Trans?

6. Apakah ada pengaruh secara simultan antara variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian terhadap kepuasan konsumen pada PT. SCL Trans?
7. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. SCL Trans?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Variabel Bukti Fisik (*Tangible*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Variabel Keandalan (*Reliability*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Variabel Jaminan (*Assurance*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Variabel Kepedulian (*Empathy*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian terhadap kepuasan konsumen pada PT. SCL Trans.

7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini di harapkan memiliki manfaat untuk berbagai pihak :

1. Bagi Mahasiswa

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam hubungannya tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa freight forwarder yang diberikan oleh PT. SCL Trans dalam mengoptimalkan pelayanan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan dan menjaga mutu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. SCL Trans.

3. Bagi Politeknik Negeri Bali

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan, pada bab ini terdiri dari 4 subbab. Pertama adalah latar belakang yang akan menguraikan permasalahan yang ditemui dilokasi penelitian yang menjadi faktor munculnya ide untuk membahas topic penelitian. Kedua adalah perumusan masalah yang bertujuan untuk memperjelas permasalahan dan membatasi pembahasan dalam penelitian. Ketiga adalah tujuan penelitian, dan subbab keempat mengenai manfaat teoritis dan praktis penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka, bab II berisi telaah teori yang diuraikan secara sistematis mengenai definisi dan dasar teori yang relevan dengan penelitian mengenai analisis kinerja keuangan yang berasal dari skripsi, tesis, jurnal, buku, dan artikel ilmiah yang dikutip sesuai dengan kebutuhan. Guna memperjelas alur penelitian dan telaah teori dalam penelitian ini, maka disajikan pula kerangka teoritis yang menggambarkan secara utuh alur berfikir dan pemecahan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian, bab ini membahas mengenai tempat penelitian, jenis, sumber data yang akan berhubungan dengan bagaimana teknik pengumpulan data, sehingga dalam bab ini akan dibahas juga mengenai teknik pengumpulan data, analisis data. Kurun waktu penelitian secara sistematis penulisan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan, dalam bab ini akan dijabarkan mengenai gambaran umum PT. SCL Trans dan menjabarkan hasil dari analisis beserta pembahasannya mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. SCL Trans” serta implikasi hasil dari penelitian ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran, dalam bab ini menjabarkan kesimpulan pembahasan atas permasalahan yang diteliti yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta memberikan saran untuk pihak yang terkait atas masalah yang ditemukan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan jasa pengiriman PT. SCL Trans meliputi variable *Tangible*, variabel *Reliability*, variabel *Responsiveness*, variabel *Assurance*, dan variabel *Empathy* terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variable *Tangible*, variabel *Reliability*, variabel *Responsiveness*, variabel *Assurance*, dan variabel *Empathy* berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan konsumen pada PT. SCL Trans.
2. Variable *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara *simultan* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil nilai F-hitung sebesar 29,181 dengan signifikansi sebesar 0,000; dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
3. Variable *Empathy* (X5) merupakan variable yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen karena variable tersebut mempunyai nilai t_{hitung} yang lebih besar jika dibandingkan dengan variable lain, yaitu sebesar 5,385 dan angka signifikansi yang paling kecil yaitu sebesar 0,000.

4. Besarnya kontribusi pengaruh variable kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada PT. SCL Trans adalah sebesar 60,8%. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya penulis akan menyajikan saran-saran sebagai masukan bagi pihak perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya sehingga para pelanggan akan menjadi konsumen yang setia (loyal), maka sebaiknya PT. SCL Trans agar tetap mempertahankan kualitas kelima variable tersebut yaitu variable *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Dan pengaruh yang paling dominan yaitu variable *Empathy* dimana ini menunjukkan bahwa pihak karyawan PT. SCL Trans dalam memberikan kepedulian (*Empathy*) kepada konsumen sudah baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dan konsumen merasa nyaman

dan puas dalam menggunakan jasa pengiriman PT. SCL Trans, dan berkeinginan untuk kembali menggunakan jasa pengiriman PT. SCL Trans.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan mendatang disarankan untuk menambahkan variable independen lainnya selain bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini, karena masih ada variable-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep M.Ramdan. 2008 Oktober 22. “Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasan Konsumen”. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>)
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. “Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan”. *Usahawan*, No.5
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivarlet Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro. 2012
- Hakim, S. N. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Di Garuda Express Delivery Surakarta* (Doctoral dissertation, Univerversitas Muhammadiyah Surakarta).
- Hardiyati, R., & Khasanah, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Universitas Diponegoro*. Tersedia pada <http://eprints.undip.ac.id/23450/1/Skripsi.pdf> (diakses pada 7 November 2021)
- Hasby, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). Tersedia pada

<http://repository.uinsu.ac.id/6689/1/Nurdalilah%20Hasby.pdf.pdf> (diakses pada 10 November 2021)

Imam Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip & Keller. Manajemen Pemasaran (ed.13). Jakarta : Airlangga. 2010

Tjiptono, Panji & Gregorius Chandra. *Service, Citra Wisata, dan Satisfaction*. Jakarta : Andi Offset. 2005

Tjiptono, Panji & Anastasia Diana (ed. *Total Quality Management*).Yogyakarta: Andi Offset. 1996.

Tjiptono, Panji. Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia Publishing. 2005

Wardani, T. U. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.