

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN PELAYARAN NASIONAL
PT. GLOBAL EXPRES LINES CABANG BAUBAU**

Abel Haryanto

Politeknik Baubau

Email : abelharyanto31@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : 1) Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau. 2) Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau. 3) Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Rancangan penelitian ini adalah penelitian yang bersifat explanatory. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau yang berjumlah 300 orang. Sampel penelitian ini ditentukan secara purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kualitas pelayanan dan kepercayaan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat secara signifikan. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau juga akan meningkat. 3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kepercayaan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER
SATISFACTION IN THE NATIONAL SHIPPING COMPANY PT. BAUBAU
BRANCH GLOBAL EXPRES LINES**

Abel Haryanto

Baubau Polytechnic

Email : abelharyanto31@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze: 1) The effect of service quality and trust on customer satisfaction at PT. Global Express Lines Baubau Branch. 2) Service quality has an effect on customer satisfaction at PT. Global Express Lines Baubau Branch. 3) Trust has an effect on customer satisfaction at PT. Global Express Lines Baubau Branch. The design of this research is an explanatory research. The population of this study were all regular customers at PT. Global Express Lines Baubau Branch, totaling 300 people. The sample of this study was determined by purposive sampling. Collecting data using a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: 1) Service quality and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Global Express Lines Baubau Branch. The more the quality of service and trust increases, the customer satisfaction will also

increase significantly. 2) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Global Express Lines Baubau Branch. The increasing quality of service, the customer satisfaction of PT. Global Express Lines Baubau Branch will also increase. 3) Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Global Express Lines Baubau Branch. The more trust increases, the customer satisfaction will also increase.

Key Words : Service Quality, Trust, Satisfaction

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dunia, kemajuan ilmu dan teknologi telah membawa perusahaan menuju ke era informasi. Dengan adanya proses perubahan tersebut kegiatan suatu perusahaan baik produk maupun jasa sangat pesat sekali. Setiap perusahaan harus bersiap-siap memasuki keunggulan mampu eksis dengan cara mendapatkan dan mempertahankan pelanggan yang loyal. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga mampu melahirkan atau menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai, Karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri. Oleh karena itulah pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan, salah satunya dibidang sektor jasa. Dalam kegiatan ekonomi yang berkembang seperti sekarang ini, peranan industri jasa pengiriman barang (ekspedisi) semakin dibutuhkan masyarakat karena seiring dengan meningkatnya kebutuhan mereka dan juga untuk mempermudah kegiatan dalam hal pendistribusian akan suatu barang.

PT. Global Express Lines Cabang Baubau merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Yang melayani jasa pengiriman barang melalui kapal laut dan truck. Dalam kegiatan jasa pengiriman barang rute Surabaya-Baubau, mereka berupaya memberikan pelayanan terbaik dalam penanganan suatu layanan jasa. Hal ini sangat disadari oleh PT. Global Express Lines Cabang Baubau karena dengan memberikan fasilitas dan layanan yang baik akan memberikan suatu kesan yang mampu menciptakan dan menempatkan perusahaan di hati pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kualitas jasa, jika kualitas jasa yang diberikan oleh PT. Global Express Lines Cabang Baubau dapat dirasakan dengan baik oleh pelanggan, maka pelanggan akan dapat merasa puas. Bahwa kualitas jasa yang baik akan memberi kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

Pelanggan akan mendapatkan kepuasan jika mereka dapat memperoleh jasa yang berkualitas. Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meneliti lima dimensi layanan yang meliputi *tangible* atau bukti fisik, *reability* atau keandalan, *responsiveness* atau daya tanggap, *assurance* atau jaminan, dan *emphaty* atau empati dalam memahami pelanggan dan harga serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Kepercayaan konsumen yang tinggi juga akan membuat konsumen menentukan apakah pelanggan tersebut akan loyal pada jasa yang dipakai atau akan berpindah kepada jasa yang menawarkan hal yang lebih atau reputasi yang lebih baik. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya dalam melakukan transaksi akan memberikan apa yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa jika satu pihak mempercayai pihak lainnya, akan dimungkinkan untuk membentuk sebuah perilaku positif dan niat baik. Oleh

karena itu, saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Dinamika ketidakpuasan pelanggan juga tidak akan terlepas dari cara pelayanan karyawan jasa pengurus transportasi PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya antrian panjang pengantaran barang pada pelanggan, sehingga banyak pelanggan yang harus rela menunggu. Tidak hanya itu, pelanggan yang berpendapat bahwa harus menunggu selama dua minggu sebelum kapal berangkat dari pelabuhan Surabaya menuju Baubau. Kapal menempuh jalur laut selama empat hari empat malam kemudian menunggu antrian sandar di Pelabuhan Baubau. Setelah kapal sandar di pelabuhan Baubau, barang mulai diantar kepemilikinya sesuai antrian. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini, jumlah pelanggan selama satu tahun terakhir :

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan PT. Global Express Lines Tahun 2019

Bulan	Jumlah pelanggan	Jenis barang
Januari	225	Campuran
Februari	240	Campuran
Maret	285	Campuran
April	300	Campuran
Mei	320	Campuran
Juni	370	Campuran
Juli	211	Campuran
Agustus	325	Campuran
September	214	Campuran
Oktober	320	Campuran
November	375	Campuran
Desember	350	Campuran

Sumber : PT. Global Express Lines, 2019

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jumlah pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau pada bulan Juli dan September mengalami penurunan, dan pada bulan Oktober, November dan Desember mengalami kenaikan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan ini diduga akibat dari kualitas pelayanan yang kurang baik. Hal ini harus diperhatikan oleh pihak PT. Global Express Lines Cabang Baubau, karena jika jasa pengurusan yang gagal memuaskan pelanggan, akan berakibat berkurangnya jumlah pelanggan dan menciptakan kesan yang buruk dari pelanggan kepada perusahaan, sehingga kedepan PT. Global Express Lines Cabang Baubau harus lebih proaktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan. Apabila yang didapatkan oleh pelanggan melebihi harapannya, maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan dan akan memunculkan sikap kepercayaan. Dan sebaliknya, apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang didapatkan, maka pelanggan tersebut belum terpuaskan, bahkan sikap tidak percaya yang akan didapatkan. Dalam hal ini, industri harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga pelanggan tidak beralih pada industri lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Lupiyoadi (2001), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila setelah dianalisis ternyata terdapat indikasi kekurangpuasan nasabah, maka harus diidentifikasi atribut-atribut yang menimbulkan ketidakpuasan itu dan melakukan tindakan korektif atau menyelesaikannya. Menganalisis tingkat pelayanan yang telah diberikan, maka akan mengetahui sejauh manakah pengaruh kualitas jasa yang diberikan PT. Global Express Lines Cabang Baubau selama ini terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis menuangkannya kedalam bentuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Pelayaran Nasional PT. Global Express Lines Cabang Baubau”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau?

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Arief (2007 : 18), mengemukakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak.

Zeithamal dan Bitner dalam Hurriyati (2008 : 28), berpendapat bahwa pengertian jasa adalah aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud.

Berdasarkan kedua definisi tersebut, jasa dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak berwujud, yang melibatkan tindakan melalui proses dan kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Pada dasarnya jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah, seperti kenyamanan atau pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Lovelock dalam Arief (2007 : 118), bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa adalah perbedaan atau ukuran selisih antara harapan pelayanan yang akan diterima oleh konsumen dengan pelayanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa.

Menurut Parasuraman (2008), menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Konsep Kepercayaan

Konsep kepercayaan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan landasan dasar untuk memahami konsep dan indikator untuk mengukur kepercayaan pelanggan. Lockskin (dalam Nofal dkk, 2015 : 4), menjelaskan definisi kepercayaan pelanggan sebagai mendefinisikan kepercayaan sebagai kepercayaan satu pihak dalam keandalan dan integritas mitra pertukaran. Lau & Lee (dalam Nofal dkk, 2015 : 5), mengembangkan konsep kepercayaan pelanggan terhadap merek (merek dalam kepercayaan) dimana kepercayaan merek diartikan sebagai kesiapan konsumen untuk mempercayai dan mengandalkan merek dalam situasi yang berisiko karena ia mengharapkan merek tersebut memberikan hasil yang positif.

Kepercayaan adalah variabel yang sering diuji dan pada umumnya akan muncul berdasarkan suatu proses. Kepercayaan dapat diciptakan karena adanya pengenalan akan suatu hal baik produk maupun yang lainnya. Kepercayaan akan mendorong orang untuk lebih mudah membina hubungan kerjasama dalam hal ini adalah hubungan antara konsumen dan produsen. Melalui adanya kepercayaan ditunjukkan oleh kualitas yang diperoleh dari pertama kali membeli atau merasakan jasa yang dimanfaatkan. Bisnis yang berkembang adalah bisnis yang dipelopori dengan kepercayaan dan perusahaan atau pemasar yang terpercaya.

Morgan dan Hunt (dalam Muzahid, 2009 : 26), mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi dimana salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak yang lain. Dengan kata lain kepercayaan tersebut timbul karena ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur dan bertanggung jawab.

Keyakinan ini akan menimbulkan hubungan baik antara pihak yang terlibat pertukaran. Sedangkan Anderson dan Narus (dalam Muzahid, 2009 : 5), menyimpulkan jika salah satu pihak percaya bahwa tindakan pihak lain akan membawa hasil positif untuk pihak pertama, kepercayaan dapat dikembangkan. Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan dimana salah satu pihak yang terlibat dalam pertukaran memiliki keandalan dan integritas yang dapat memberikan hasil yang positif. Kepercayaan adalah variabel terpenting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pihak satu dengan yang lainnya.

Menurut Mayer et al (dalam Joseph, 2010 : 2), faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu :

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi atau mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.

2. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemampuan penjual dalam memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan konsumen.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen

apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk/jasa yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

Konsep Kepuasan

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut, maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai *superior* kepada mereka dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya, karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Hawkins dan Lonney (dalam Tjiptono, 2000), atribut-atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan. Merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk atau jasa dan promosi yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan perusahaan.
2. Kemudahan dalam memperoleh pelayanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan karena dilayani karyawan profesional.
3. Ketersediaan untuk merekomendasi. Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak.

Hubungan Keterkaitan Antar Variabel

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan Engel, et al (2002), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Berdasarkan hal di atas, pelayanan merupakan hal yang paling penting, karena apabila pelayanan yang diberikan sangat baik otomatis akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Dan menurut Suprpto (2001), kepuasan pelayanan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan ada ketika sebuah kelompok percaya pada sifat terpercayanya dan integritas mitra. Kepercayaan adalah ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa

ucapan seseorang dapat diandalkan. Kelompok terpercaya perlu memiliki integritas tinggi dan dapat dipercaya, yang diasosiasikan, dengan kualitas yaitu : konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, suka membantu dan baik.

Kemampuan berkomunikasi yang efektif merupakan instrumen untuk menghasilkan kepercayaan pelanggan. Komunikasi yang efektif akan membantu pelanggan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya menciptakan kepercayaan pada perusahaan penyedia jasa, karena komunikasi yang sering dan bermutu tinggi akan menghasilkan kepercayaan yang lebih besar (Morgan dan Hunt, dalam Gatot Yulianto dan Purwanto Waluyo, 2004). Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kepercayaan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan sifat permasalahan dari tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini bersifat *explanatory*. Menurut Sugiono (2001), umumnya bersifat menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan tetap pada PT. Global Expres Lines Cabang Baubau yang berjumlah 300 orang, sehingga dapat ditentukan dengan rumus Slovin (Umar, 2011) dengan rumus :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$
$$n = \frac{300}{300(0,10)^2 + 1}$$
$$n = 75$$

Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi sejarah singkat berdirinya, visi dan misi, dan informasi tentang PT. Global Express Lines Cabang Baubau.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah usia pelanggan, jumlah pelanggan dan hasil tanggapan responden.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh penulis pada objek tempat penelitian dilakukan. Data ini diperoleh dari hasil observasi secara langsung, wawancara dan penyebaran angket kepada pihak yang terkait (Sugiyono, 2004). Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden atau juga data hasil wawancara peneliti dengan responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2004). Data ini berupa dokumen jumlah pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan studi dokumentasi.

Skala dan Pengukuran Data

Skala pengukuran yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah pertanyaan yang mengukur sikap dari keadaan yang sangat negative ke jenjang yang sangat positif (Sugiyono, 2004). Skala Likert digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi dari variabel-variabel yang disesuaikan dengan penelitian ini.

METODE ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan dua macam analisis yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Atas hasil analisis deskriptif dilakukan statistik inferensial terhadap data yang diperoleh. Sedangkan untuk melihat pengaruh hubungan antar variabel menggunakan analisis korelasional dengan skala data menggunakan skala ordinal. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yang telah ditetapkan melalui regresi linear berganda dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

Analisis Deskriptif

Metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian variabel X terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Adapun rumus regresi linear berganda (Ghozali, 2011) sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini mengkombinasikan teori, kajian empirik, dan hasil analisis statistik yang terjadi pada objek penelitian. Pembahasan secara rinci atas penelitian ini dijelaskan secara detail pada sub bahasan berikut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, bisa dikatakan terciptanya kepuasan pelanggan adalah karena layanan yang dimiliki oleh PT. Global Express Lines Cabang Baubau dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan kedua variabel independen yang diuji secara individual yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Global Express Lines Cabang Baubau adalah kualitas pelayanan. Hal ini karena kinerja layanan yang diberikan oleh PT. Global Express Lines Cabang Baubau secara umum dapat memenuhi harapan pelanggan baik dari segi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Variabel berikutnya yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Global Express Lines Cabang Baubau adalah kepercayaan. Tiga indikator dalam variabel kepercayaan yakni kemampuan, kebaikan hati dan integritas secara umum dapat menciptakan keyakinan bagi pelanggan bahwa reputasi PT. Global Express Lines

Cabang Baubau termasuk baik. Dengan persepsi baik yang timbul, maka berakibat pada munculnya kepuasan bagi pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau.

Secara simultan hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Akfian Yuda Adhi, et.al (2012 : 11), yaitu dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Selain itu penelitian ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Irwan dan Sakti (2016 : 7), yaitu menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau secara signifikan. Persepsi kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pelanggan. Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan menunjukkan indikator dari variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator responsiveness. Hal ini terjadi karena karyawan PT. Global Express Lines Cabang Baubau menyediakan waktunya untuk menjawab pertanyaan pelanggan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Selain itu dikarenakan juga oleh profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan yang tepat terhadap keluhan pelanggan. Sedangkan indikator dari variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator bukti fisik (*tangible*). Semua karyawan PT. Global Express Lines Cabang Baubau berpenampilan rapi dinilai belum maksimal oleh pelanggannya, hal ini karena karyawan bekerja tidak hanya didalam ruangan tetapi sebagian besar bekerja di lapangan.

Pelayanan yang diberikan oleh PT. Global Express Lines Cabang Baubau merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pelanggan untuk memanfaatkan jasa perusahaan. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini. Penampilan, kehandalan dan jaminan PT. Global Express Lines Cabang Baubau dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pelanggan selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

Secara parsial penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian Munusamy Jayaraman, et.al (2010), yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian oleh Ratna Marwa Ekasari (2014), bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan, indikator dari kepercayaan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau adalah indikator kemampuan. Hal ini dikarenakan PT. Global

Express Lines Cabang Baubau mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada barang pelanggan selama menggunakan jasa perusahaan tersebut dengan demikian dapat memberikan rasa senang dan puas bagi para pelanggan. Sedangkan indikator dari variabel kepercayaan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator kebaikan hati. Perusahaan menerima pelanggan yang membayar jasa barang ditempat tujuan dianggap kurang maksimal, karena terkadang barang pelanggan yang membayar lebih dulu tidak bisa ikut termuat karena kuota pengiriman terbatas, tetapi dengan lancarnya jalur transportasi lebih membantu proses pengiriman dengan lebih cepat dan maksimal.

Kepercayaan berkaitan langsung dengan persepsi pelanggan tentang reputasi pelanggan (kemampuan yang dimiliki, kebaikan hati, dan juga integritas PT. Global Express Lines Cabang Baubau). Apabila pelanggan memperoleh produk jasa yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang menyenangkan, dapat dirasakan manfaat dari produk jasanya, mendapatkan kepuasan setelah memanfaatkan layanan dan merasa aman ataupun nyaman setelah menggunakan produk jasa dan layanan dari PT. Global Express Lines Cabang Baubau, maka pelanggan akan memberikan kepercayaan terhadap PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Hal tersebut yang akan membuat pelanggan terus memanfaatkan layanan PT. Global Express Lines Cabang Baubau dan pada akhirnya akan merekomendasikan PT. Global Express Lines Cabang Baubau kepada orang lain karena merasa puas dengan layanan dari PT. Global Express Lines Cabang Baubau.

Secara parsial hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Akfian Yuda Adhi, et. al (2012), yaitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil dalam penelitian ini mendukung hasil temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Bricci, Fragata, dan Antunes (2016 : 267), yang menunjukkan hasil bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada sektor distribusi di Portugal.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mendapat beberapa keterbatasan-keterbatasan, yaitu :

1. Jumlah responden yang hanya 75 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini terbatas hanya pada PT. Global Express Lines Cabang Baubau sehingga tidak bisa menggeneralisasi untuk berlaku umum.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kualitas pelayanan dan kepercayaan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat secara signifikan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau juga akan meningkat.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Express Lines Cabang Baubau. Semakin meningkat kepercayaan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. PT. Global Express Lines Cabang Baubau perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan profesionalisme kerja karyawan dengan memahami keadaan pelanggan dan mencoba menyelesaikan masalah pelanggan, agar pelanggan terus menggunakan jasa PT. Global Express Lines Cabang Baubau dari waktu ke waktu. Diharapkan perusahaan jasa dapat meningkatkan mutu dan pelayanan yang diberikan kepada calon pelanggan.
2. PT. Global Express Lines Cabang Baubau perlu meningkatkan kepercayaan dengan meningkatkan kebaikan hati karyawan kepada para pelanggan dengan tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga menaruh perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan pelanggannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini seperti kualitas produk, emosional dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Akfian, Yuda Adhi dan Nina Ernawati. 2012. *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Candi Indah Semarang*. Jurnal Q-MAN. Vol. I, No. 3. Universitas Semarang.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayu Media. Malang.
- Bricci A Fragata L. Bricci A dan J Antunes. 2016. *The Effect of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in The Distribution Sector*. Journal of Economics, Business and Management, Vol. 4, No. 2.
- Dwi Aliyyah dan Apriyani Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Gatot Yulianto, Purwanto Waluyo. 2004. *Pengaruh Keefektifan Komunikasi, Kualitas Teknis, Kualitas Fungsional dan Kepercayaan pada Komitmen Keterhubungan Bandara Ahmad Yani Semarang*. Telaah Manajemen, Magister Manajemen STIE Stikubank Semarang, Vol. 1, Edisi 3.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Imam, Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irwan dan Sakti. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Hewan Pet Smile*. Jurnal Administrasi dan Manajemen, Vol. 9, No. 2.
- Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2. Jakarta : Salemba Empat-Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.

- Munusamy Jayaraman, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun. 2010. *Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia*. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 1, No. 4, October 2010.
- Nofal Supriaddin, dkk. 2015. *Pengaruh Penanganan Pengaduan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah terhadap Bank Rakyat Indonesia (BRI) Sulawesi Tenggara*. Jurnal Internasional Teknik dan Sains (IJES).
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Tjiptono. 2000. *Pemasaran Jasa*. Mayumedia. Malang.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.