

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk Cabang Medan

Zuliansah Putra, Edi Winata

Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen
zuliansya20@gmail.com, ediwinatarivai@yahoo.com

Abstrak, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Assa Rent Tbk cabang Medan. Sampel penelitian ini adalah 85 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yaitu penentuan sampel yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada loyalitas pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk sebesar 22,6%, selain itu secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sementara kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Pelayanan adalah kunci kesuksesan perusahaan-perusahaan hari ini dan akan datang. Juri atas pelayanan kita adalah pelanggan. Pelanggan akan menilai kita dari pengalaman yang mereka rasakan selama berhubungan dengan kita, dari awal sebelum merasakan pelayanan kita, berdasarkan reputasi atau *word of mouth* yang mereka dengar, hingga saat mereka selesai menggunakan layanan kita. Semua pengalaman ini akan diingat, dan mungkin di ceritakan ke orang lain. Pelayanan biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan benar. Loyalitas Pelanggan (*customer loyalty*) secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, perusahaan sebaiknya memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Sebagai

perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, pihak perusahaan jasa harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Faktor kedua yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah istilah yang menggambarkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ketika mengonsumsi /menggunakan produk/jasa yang dikeluarkan atau diberikan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Waluyo (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Karsa Utama Mall Kota Gorontalo”. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Syariah Jawa Tengah”. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dan secara parsial Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian dilakukan pada PT. Adi Sarana Armada,Tbk (ASSA Rent) yang merupakan salah satu perusahaan layanan transportasi terbesar di Indonesia dengan pertumbuhan tercepat yang menyediakan solusi transportasi yang mencakup penyewaan kendaraan untuk korporasi, logistik, serta layanan pengemudi dalam waktu perbulan/pertahun. Setiap tahun manajemen memberikan target pertumbuhan cabang sebesar 7 %. Berdasarkan pengamatan penulis PT. Adi Sarana Armada Tbk cabang Medan tahun 2014 mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya. Tahun 2014 ketahun 2015 mengalami penurunan. Data menunjukkan pada Tahun 2013 yang tersewa pada pelanggan sebanyak 1664 unit, tahun 2014 yang disewakan sebanyak 2158 unit, Tahun 2015 sebanyak 2041, tahun 2016 sebanyak 2153 unit, dan tahun 2017 yang disewakan sebanyak 2207 unit. Hal ini menunjukkan bahwasannya pencapaian tahun 2015,2016,dan tahun 2017 belum mampu mengikuti pencapaian tahun 2014.

Metode Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah primer dan data skunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan data eksternal. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Adi Sarana Armada yang menggunakan jasa rental mobil untuk masa periode sewa tahunan periode tahun 2014 sampai tahun 2017 yang berjumlah 108 perusahaan. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Random sampling*. *Random Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam populasi untuk dijadikan sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, sedangkan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk melihat ketepatan instrument yang digunakan dalam penelitian. Instrument dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil validitas dari setiap instrument variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

| Instrumen | Nilai Validitas | | Kesimpulan |
|-----------------------|-----------------|--------|------------|
| | rhitung | rtabel | |
| Kualitas Pelayanan 1 | 0,406 | 0,213 | Valid |
| Kualitas Pelayanan 2 | 0,470 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 3 | 0,699 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 4 | 0,591 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 5 | 0,707 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 6 | 0,554 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 7 | 0,788 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 8 | 0,788 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 9 | 0,463 | | Valid |
| Kualitas Pelayanan 10 | 0,454 | | Valid |

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrumen variabel kualitas pelayanan (x1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel kualitas pelayanan yang digunakan valid.

Tabel 2: Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

| Instrumen | Nilai Validitas | | Kesimpulan |
|-----------------------|-----------------|--------|------------|
| | rhitung | rtabel | |
| Kepuasan Pelanggan 1 | 0,522 | 0,213 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 2 | 0,572 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 3 | 0,499 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 4 | 0,404 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 5 | 0,432 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 6 | 0,730 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 7 | 0,730 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 8 | 0,611 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 9 | 0,576 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan 10 | 0,576 | | Valid |

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrumen variabel kepuasan pelanggan (x2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel kepuasan pelanggan yang digunakan valid.

Tabel 3: Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

| Instrumen | Nilai Validitas | | Kesimpulan |
|-----------------------|---------------------|--------------------|------------|
| | r _{hitung} | r _{tabel} | |
| Loyalitas Pelanggan 1 | 0,503 | 0,213 | Valid |
| Loyalitas Pelanggan 2 | 0,419 | | Valid |
| Loyalitas Pelanggan 3 | 0,573 | | Valid |
| Loyalitas Pelanggan 4 | 0,604 | | Valid |
| Loyalitas Pelanggan 5 | 0,416 | | Valid |
| Loyalitas Pelanggan 6 | 0,376 | | Valid |

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrumen variabel loyalitas pelanggan (y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel loyalitas pelanggan yang digunakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin instrument yang digunakan merupakan instrumen yang handal, konsisten dan stabil jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alfa* hitung $>$ *cronbach alfa* toleransi (0,6). Hasil pengujian reliabilitas terlihat seperti berikut ini:

Tabel 4: Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Nilai Cronbach's Alfa | Kesimpulan |
|----|-------------------------|-----------------------|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | 0,739 | Reliabel |
| 2 | Kepuasan Pelanggan (X2) | 0,731 | Reliabel |
| 3 | Loyalitas Pelanggan (Y) | 0,729 | Reliabel |

Hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alfa* seluruh variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa kuisisioner penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Regresi Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk. Berikut ini hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu:

Tabel 5: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 4.823 | 3.500 | | 1.378 | 0.172 |

| | | | | | |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0.255 | 0.120 | 0.298 | 2.120 | 0.037 |
| Kepuasan Pelanggan (X2) | 0.163 | 0.107 | 0.213 | 1.518 | 0.133 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh hasil persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.823 + 0.255X1 + 0.163X2$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta loyalitas pelanggan sebesar 4.823 artinya jika nilai variabel bebas (X1 dan X2) nilainya 0, maka variabel terikat Y nilainya sebesar 4.823. koefisien masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya loyalitas pelanggan pada assa rent dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .475 ^a | .226 | .207 | 1.34045 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,226 atau 22,6% menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada loyalitas pelanggan di assa rent cabang medan, sedangkan sisanya 77,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti harga dan citra merek.

b. Uji Simultan (uji F)

uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Adi Sarana Armada Tbk Medan dapat dikatakan layak. pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), dengan kriteria:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_3 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

Tabel 7: Hasil Uji Simultan (Uji F)

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 42.967 | 2 | 21.484 | 11.957 | .000 ^b |
| | Residual | 147.339 | 82 | 1.797 | | |
| | Total | 190.306 | 84 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu nilai F_{hitung} (11, 957) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,72) dengan nilai sig (0,000) lebih kecil dari pada alpha (0,05), maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan diterimanya H_3 menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (x1) dan kepuasan pelanggan (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (y) pada PT. Assa Rent Tbk cabang Medan.

c. Uji Parsial (uji t)

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk membuktikan apakah kualitas pelayanan dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 8 :Hasil Uji Parsial (Uji t)

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4.823 | 3.500 | | 1.378 | .172 |
| | Kualitas Pelayanan (X1) | .255 | .120 | .298 | 2.120 | .037 |
| | Kepuasan Pelanggan (X2) | .163 | .107 | .213 | 1.518 | .133 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa:

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu (2,120 > 1,989), nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (2,120) lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,989) dengan nilai sig (0,04), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu (1,518 < 1,989), nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (1,518) lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,989) dengan nilai sig (0,13), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada loyalitas pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,226 atau 22,6%, sedangkan sisanya sebesar 77,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Seperti Harga dan citra merek.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

H1: Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2,120 > 1,989$), nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (2,120) lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,989) dengan nilai sig (0,04), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H2: Secara parsial kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu ($1,518 < 1,989$), nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (1,518) lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1,989) dengan nilai sig (0,13), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut:

H3: Secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk cabang Medan. Penelitian ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu nilai F_{hitung} (11, 957) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,72) dengan nilai sig (0,000) lebih kecil dari pada alpha (0,05), maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan diterimanya H_3 menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (x1) dan kepuasan pelanggan (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (y) pada PT. Assa Rent Tbk cabang Medan.

Daftar Pustaka

- Astuti, L. (2015). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Syariah Jawa Tengah*. Surakarta.
- Puspaningrum, L. A. (2014). *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 2 No. 7 (2013). *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(7), 1–20.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. (A. Prabawati, Ed.) (Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Siti, D., & Aryani, L. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Pada Restoran Fast Food Pizza Hut di Jakarta Selatan)*.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.