

Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Logistik

Aditia Sovia Pramudita

Program Studi Logistik Bisnis, Politeknik Pos Indonesia

email: aditiasovia@poltekpos.ac.id

ABSTRAK

PT XYZ Logistics adalah perusahaan yang bergerak dalam pengiriman barang. Dalam layanannya, perusahaan mengalami berbagai keluhan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas dan kepuasan layanan terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan pada indikator memberikan informasi/ penjelasan kepada masing-masing pelanggan. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Upaya yang dapat dilakukan oleh PT XYZ Logistics dalam menjaga loyalitas pelanggan termasuk menciptakan informasi karyawan dan sistem pelatihan.

Kata Kunci: *kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, regresi logistik ordinal, provider logistik*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia logistik di Indonesia berkembang dengan pesat, ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan kondisi pasar yang diukur dari *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) atau disebut sebagai laju pertumbuhan majemuk tahunan. Pertumbuhan industri logistik pada 2013 - 2017 sebesar 11,7 %. Pertumbuhan tersebut didukung oleh pertumbuhan *freight forwarding* yang mencapai mencapai 11,8 % dan pertumbuhan *express & small parcel* mencapai 21,7 % (Berita Satu, 2017).

Pertumbuhan tersebut didukung dengan adanya pertumbuhan ICT di dunia khususnya di Indonesia yang membuat peta pertumbuhan industri menjadi berubah (Pramudita, Yanuar, & Hilman, 2019). Hal ini menjadikan *volatilitas* Indonesia tertinggi se-ASEAN. Kondisi tersebut menimbulkan munculnya perusahaan perusahaan baru yang membuat persaingan menjadi semakin ketat. Perusahaan yang bergerak dibidang logistik tidak terlepas dari peran *customer*. *Customer* terbagi menjadi beberapa segmen pasar, tetapi untuk sektor logistik *customer* dibagi menjadi 2 segmen yaitu B2B (*business to business*) maupun B2C (*business to customer*) (Pramudita, 2019).

Salah satu perusahaan logistik di Indonesia yang menerapkan *customer* segmen B2B adalah PT XYZ Logistics. PT XYZ Logistics Indonesia merupakan perusahaan yang

bergerak di bidang jasa *freight forwarding* dengan pelayanan khusus melayani jasa pengangkutan internasional. Pelayanan yang diberikan PT XYZ Logistics mendapatkan *complain*. *Complain* pelanggan biasanya terjadi akibat dokumen yang hilang, tidak lengkap, *double* dokumen, dokumen belum siap saat akan diambil, dan lamanya respon karyawan terhadap permintaan pelanggan. Adanya *complain* menunjukkan penilaian *customer* terhadap terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT XYZ Logistics yang dapat berdampak pada penurunan jumlah *customer*.

Customer merupakan aspek penting bagi perusahaan, karena *customer* berpengaruh pada perkembangan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Selain untuk memperoleh laba, perusahaan mengharapkan *customer* tetap loyal (Pramudita, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, kepuasan dengan loyalitas pelanggan, dan upaya apa yang harus dilakukan pihak PT XYZ Logistics dalam menjaga loyalitas pelanggannya.

2. KAJIAN PUSTAKA

Service Quality

Service quality atau dalam Bahasa Indonesia disebut kualitas pelayanan adalah suatu keunggulan yang dimiliki perusahaan yang tidak berwujud. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan

oleh konsumen. Baik buruknya suatu kualitas layanan berhubungan dengan ekspektasi atau harapan dari konsumen pengguna jasanya. Oleh karena itu, kualitas suatu layanan perlu untuk dijaga secara konsisten dan selalu melakukan perbaikan yang terus menerus agar dapat menjaga, meningkatkan, serta memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan. .

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dikeluarkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry menyimpulkan lima dimensi untuk menjelaskan dan mengukur kualitas suatu layanan yang disebut dengan SERVQUAL. Dimensi yang diukur di dalam SERVQUAL adalah: (Zeithaml & Berry, 1985)

1. *Tangible* adalah berwujud yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan fasilitas fisik sebagai pendukung layanan kepada konsumen.
2. *Reliability* adalah kehandalan yaitu dimensi yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
3. *Responsiveness* adalah tanggap yaitu kemampuan layanan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan menyampaikan informasi yang jelas
4. *Assurance* adalah jaminan dan kepastian yaitu kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan
5. *Empathy* adalah empati yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual kepada para pelanggan (Sarjono & Natalia, 2014).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang muncul setelah membandingkan antara ekspektasi dan realita terhadap suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2012). Kepuasan pelanggan merupakan ukuran performa suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan. Suatu produk atau layanan bisa dikatakan buruk apabila realita dari produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan berada dibawah ekspektasi pelanggan. Begitupun sebaliknya, apabila suatu produk atau jasa dikatakan baik apabila realita dari produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan melebihi ekspektasinya.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan *behaviour* dari pelanggan yang bersifat psikologis dimana loyalitas berhubungan dengan keyakinan terhadap suatu produk atau layanan (Hasan, 2014). Selain terhadap produk atau layanan, loyalitas pelanggan juga merupakan sikap atau perilaku konsumen terhadap suatu merek (Hasan, 2014). Berdasarkan pengertian tersebut, loyalitas pelanggan dapat disimpulkan sebagai komitmen dari konsumen untuk terus loyal atau setia terhadap suatu produk atau layanan maupun juga merek yang ditunjukkan dengan adanya pembelian berulang oleh pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan perhitungan menggunakan analisis regresi logistik ordinal. Regresi logistik ordinal merupakan salah satu analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel respon/terikat dengan variabel prediktor/bebas, dimana variabel respon bersifat polychotomous dengan skala ordinal. Populasi pada penelitian ini merupakan populasi tidak terhingga. Populasi diambil dari pelanggan yang menggunakan jasa PT XYZ Logistics. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 10 kali operasional variable berdasarkan Roscoe (1975) dalam Amirullah (2015) yang berarti sampel yang digunakan sebanyak 70 responden (Amirullah, 2015).

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Lansung

Observasi adalah teknik pengamatan dan pencatatan sistematis dari fenomena-fenomena yang diselidiki. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan dan kondisi perusahaan di PT XYZ Logistics, dan peneliti mencatat beberapa informasi yang mendukung penyusunan skripsi ini sehingga peneliti memperoleh informasi dengan mengikuti proses yang terkait dengan penelitian ini.

b. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yaitu *customer* yang menjadi pelanggan di PT XYZ Logistics. Penyebaran kuesioner kepada *customer* dilakukan dengan cara memberikan kesempatan kepada responden

untuk mengisi sendiri kuesioner yang didapat dari peneliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui pencatatan dari dokumen atau arsip yang ada PT XYZ Logistics khususnya data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data tersebut adalah data *complain* pelanggan dan jumlah *customer*.

d. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pada bagian studi kepustakaan, diperoleh data pelengkap untuk mendukung penelitian, yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan. Studi ini sebagai dasar bagi peneliti untuk memperoleh referensi yaitu mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang ada, yang bersumber dari buku-buku literatur. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mempelajari konsep dan teori dari berbagai sumber literatur yang berhubungan dan membantu memecahkan masalah yang sedang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Indikator	Korelasi	r tabel	Ket
X1: Kualitas Pelayanan	Reliability	X1.1	0,495	0,235	Valid
		X1.2	0,369		
		X1.3	0,432		
		X1.4	0,389		
	Responsiveness	X1.5	0,356	0,235	Valid
		X1.6	0,265		
		X1.7	0,337		
	Assurance	X1.8	0,286	0,235	Valid
		X1.9	0,272		
		X1.10	0,27		
		Empathy	X1.11		
	X1.12		0,283		
	Tangible		X1.13	0,248	0,235
		X1.14	0,265		
		X1.15	0,458		
X2: Kepuasan Pelanggan		X2.1	0,279	0,235	Valid
		X2.2	0,682		
		X2.3	0,424		
		X2.4	0,478		
Y: Loyalitas Pelanggan		Y	0,368	0,235	Valid

Dari tabel 1 menunjukkan uji validitas dari seluruh variable memiliki r hitung lebih besar dari r tabel yang dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan adalah valid dan adanya keterkaitan setiap pernyataan pada kuesioner.

Uji Reabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.679	21

Berdasarkan gambar 1 hasil dari uji reabilitas dikatakan handal karena berada diantara >0,6 – 0,8 (Hair et al 2010).

b. Uji Kebebasan Antar Variabel (Multikolinearitas)

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.381	0.976		2.441	0.018		
X1.1	0.080	0.108	0.111	0.745	0.46	0.604	1.656
X1.2	-0.098	0.108	-0.119	-0.903	0.371	0.766	1.306
X1.3	0.135	0.095	0.192	1.424	0.161	0.739	1.354
X1.4	-0.109	0.115	-0.133	-0.949	0.347	0.684	1.462
X1.5	0.069	0.071	0.126	0.967	0.338	0.794	1.260
X1.6	0.117	0.100	0.164	1.172	0.247	0.683	1.465
X1.7	0.060	0.066	0.117	0.914	0.365	0.812	1.232
X1.8	0.037	0.264	0.039	0.138	0.891	0.165	6.061
X1.9	0.104	0.098	0.150	1.058	0.295	0.668	1.496
X1.10	-0.126	0.079	-0.222	-1.607	0.114	0.700	1.428
X1.11	0.020	0.068	0.037	0.288	0.775	0.792	1.262
X1.12	0.239	0.105	0.343	2.277	0.027	0.588	1.700
X1.13	-0.012	0.071	-0.024	-0.175	0.862	0.690	1.449
X1.14	0.011	0.199	0.011	0.055	0.956	0.336	2.976
X1.15	0.022	0.216	0.022	0.100	0.921	0.267	3.751
X2.1	-0.031	0.112	-0.043	-0.274	0.785	0.531	1.882
X2.2	0.062	0.117	0.087	0.53	0.599	0.500	2.001
X2.3	0.056	0.250	0.064	0.226	0.822	0.168	5.955
X2.4	-0.083	0.138	-0.103	-0.599	0.552	0.451	2.219

Berdasarkan gambar 2 bahwa perhitung VIF ≤ 10 dan nilai tolerance $\geq 0,1$ sehingga kesimpulannya adalah antar variabel bebas tidak ditemukan multikolinearitas.

c. Model Regresi

Persamaan regresi yang digunakan adalah

$$\pi_1 = \frac{\exp(3,872 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}{1 + \exp(3,872 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}$$

$$\pi_2 = \frac{\exp(5,261 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}{1 + \exp(5,261 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}$$

$$\pi_3 = \frac{\exp(9,078 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}{1 + \exp(9,078 + 0,245X_{1,1} \dots - 0,075X_{2,4})}$$

d. Uji Kebaikan Model (Goodness Fit)

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	215.236	188	.084
Deviance	105.843	188	1.000

Gambar 3 Uji Kebaikan Model

Berdasarkan gambar 3 nilai uji deviance 0,084 lebih besar dari signifiikasi $\alpha = 0,05$, yang dapat disimpulkan bahwa model logit layak untuk digunakan.

e. Uji Keberatian Model

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	136.310			
Final	105.843	30.466	19	.046

Gambar 4 Uji Keberatian Model

Berdasarkan gambar 4 diketahui nilai statistiknya G adalah 30,466. Diketahui hasil -2 log *likelihood* model B (tanpa variable prediktor) sebesar 136,310 dan hasil -2 *likelihood* model A (dengan variable) sebesar 105,843. Kriteria ini mengambil taraf nyata $\alpha = 0,05$ dari tabel chi kuadrat diperoleh $X^2_{(0,05, 70)} = 90,531$ dari tabel maka H_0 ditolak jika $G(30,466) > X^2_{(\alpha, \nu)}(90,531)$ dimana ν adalah banyaknya variabel prediktor. Dapat disimpulkan

bahwa variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat.

f. Uji Wald

Tabel 2 Hasil Uji Wald

Variabel	Dimensi	Indikator	Wald	Sig
X1: Kualitas Pelayanan	Reliability	X1.1	0,462	0,497
		X1.2	1,214	0,271
		X1.3	1,716	0,19
	Responsiveness	X1.4	0,863	0,353
		X1.5	1,195	0,274
		X1.6	1,56	0,212
	Assurance	X1.7	0,644	0,422
		X1.8	0,085	0,77
		X1.9	1,805	0,179
	Emphaty	X1.10	3,119	0,077
		X1.11	0,697	0,404
		X1.12	6,891	0,009
	Tangible	X1.13	0,605	0,437
		X1.14	0,57	0,45
		X1.15	0,319	0,572
X2: Kepuasan Pelanggan		X2.1	0,11	0,918
		X2.2	0,953	0,329
		X2.3	0,039	0,844
		X2.4	0,031	0,861

Berdasarkan hasil uji wald indikator yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah X1.12, dikarenakan signifikasi α kurang dari 0,05.

g. Rasio Odd

Indikator dengan signifikasi nyata dan berpengaruh pada loyalitas pelanggan adalah X1.12 dengan *odds ratio* $\psi = e^{0,981} =$

2,7. Hal ini dapat diartikan bahwa peluang pelanggan akan menjadi loyal pada indikator X1.12 (memberikan informasi/penjelasan kepada setiap pelanggan yang membutuhkan) 2,7 kali dibanding dengan pelanggan yang tidak loyal.

Pembahasan

Melanjuti dari hasil penelitian untuk meningkatkan loyalitas pelanggan PT XYZ Logistics dapat membuat sistem informasi

dan pelatihan pegawai baik dilakukan salah satu ataupun keduanya. Berikut adalah hasil *cost benefit analysis*-nya:

Pembuatan Sistem Informasi

Tabel 3 Cost Benefit Analysis Sistem Informasi

Keuntungan	
Re-print FCR	Rp50.000.000
24% Reduce In Lost Customer	Rp240.000.000
Total Benefit	Rp290.000.000
Biaya Pembuatan Sistem Informasi	
<i>Procurement Cost</i>	
Biaya Konsultasi Pengadaan	Rp5.000.000
Biaya Fasilitas <i>Hardware</i>	Rp7.000.000
<i>Start Up Cost</i>	
Biaya Instalasi	Rp1.000.000

Biaya Reorganisasi	Rp1.000.000	
<i>Ongoing Cost</i>		Rp116.100.000
Biaya SDM	Rp2.100.000	
Biaya <i>Overhead</i>	Rp60.000.000	
Biaya Perawatan <i>Hardware</i>	Rp36.000.000	
Biaya Perlengkapan	Rp6.000.000	
Biaya Manajemen Operasional	Rp12.000.000	
Total <i>Cost</i>		Rp130.100.000
<i>Ratio</i>		2,2

$$\begin{aligned}
 \text{Reduce in lost customer} &= \frac{\text{total dari pelanggan yang tidak loyal} \times \text{hasil odds ratio}}{\text{total responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{106 \times 2,7}{70} \times 100\% = 24\%
 \end{aligned}$$

Dick Billows (2016:2) menyatakan bahwa sebuah project dikatakan layak apabila hasil *ratio cost benefit analysis* $\geq 1,2$, *ratio* di dapatkan dari total *benefit* : total *cost*. Berdasarkan tabel 4.7 *ratio cost benefit* pembuatan sistem informasi sebesar 2,2 sehingga dapat disimpulkan bahwa pembuatan sistem informasi layak untuk dijalankan.

Pelatihan Pegawai

Pelatihan pegawai yang diambil adalah *customer service excellent*, pelatihan ini menyajikan pemahaman tentang bagaimana teknik-teknik melakukan pelayanan yang prima kepada pelanggan dan memberikan pelayanan agar pelanggan mendapatkan kepuasan.

Tabel 4 Cost Benefit Analysis Pelatihan Pegawai

Keuntungan		
Re-print FCR		Rp50.000.000
24% <i>Reduce In Lost Customer</i>		Rp240.000.000
Total <i>Benefit</i>		Rp290.000.000
Biaya Pe latihan Pe gawai		
Biaya Pelatihan Pegawai	Rp4.950.000	Rp133.650.000
Biaya Transport	Rp150.000	Rp4.050.000
Total <i>Cost</i>		Rp137.700.000
<i>Ratio</i>		2,1

Berdasarkan tabel 4 *ratio cost benefit analysis* pelatihan pegawai sebesar 2,1

sehingga dapat disimpulkan bahwa pelatihan pegawai dapat dilakukan.

Pembuatan Sistem Informasi dan Pelatihan Pegawai

Tabel 5 Cost Benefit Analysis Pembuatan Sistem Informasi dan Pelatihan Pegawai

Keuntungan	
Re-print FCR	Rp50.000.000
24% <i>Reduce In Lost Customer</i>	Rp240.000.000
Total <i>Benefit</i>	Rp290.000.000
Biaya Pembuatan Sistem Informasi	
<i>Procurement Cost</i>	Rp12.000.000
Biaya Konsultasi Pengadaan	Rp5.000.000
Biaya Fasilitas Hardware	Rp7.000.000
<i>Start Up Cost</i>	Rp2.000.000

Biaya Instalasi		Rp1.000.000
Biaya Reorganisasi		Rp1.000.000
<i>Ongoing Cost</i>		Rp116.100.000
Biaya SDM		Rp2.100.000
Biaya <i>Overhead</i>		Rp60.000.000
Biaya Perawatan Hardware		Rp36.000.000
Biaya Perlengkapan		Rp6.000.000
Biaya Manajemen Operasional		Rp12.000.000
Total <i>Cost</i> Pembuatan Sistem Informasi		Rp130.100.000
Biaya Pelatihan Pegawai		
Biaya Pelatihan Pegawai	27 X Rp 4.950.000	Rp133.650.000
Biaya Transport	27 X Rp 150.000	Rp4.050.000
Total <i>Cost</i> Pelatihan Pegawai		Rp137.700.000
Total <i>Cost</i>		Rp267.800.000
<i>Ratio</i>		1,08

Berdasarkan tabel 5 *ratio cost benefit analysis* pembuatan sistem informasi dan pelatihan pegawai sebesar 1,08 sehingga dapat disimpulkan bahwa pembuatan sistem informasi dan pelatihan pegawai yang dilakukan beramaan tidak dapat dijalankan atau tidak layak karena ratio dibawah 1,2.

Berdasarkan hasil *cost benefit analysis* kegiatan atau proyek yang layak dilakukan adalah salah satu dari pembuatan system informasi atau pelatihan pegawai, namun yang paling layak untuk dilakukan adalah pembuatan sistem informasi.

REFERENSI

Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Berita Satu. (2017). Volatilitas Logistik Indonesia Tertinggi di Asean. *Berita Satu*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/430959-volatilitas-logistik-indonesia-tertinggi-di-asean.html>

Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Global Edi). London: Pearson Education Limited 2012.

Pramudita, A. S. (2019). USULAN RUTE DISTRIBUSI SEBAGAI UPAYA MENCAPAI KEUNGGULAN

KOMPETITIF MELALUI EFISIENSI BIAYA TRANSPORTASI PT POS. *Jurnal Logistik Bisnis, 09(2)*, 90–96. Retrieved from <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/ogistik/article/view/570/408>

Pramudita, A. S. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Area Pemasaran PT Nutrifood Indonesia di Pulau Jawa Menggunakan Data Envelopment Analysis. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, X(1)*, 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v1i1i.67>

Pramudita, A. S., Yanuar, A., & Hilman, T. (2019). BUSINESS MODEL FORMULATION FOR E-NEWSPAPER IN INDONESIA (CASE STUDY : PIKIRAN RAKYAT) FORMULASI MODEL BISNIS SURAT KABAR ELEKTRONIK DI INDONESIA (STUDI KASUS : PIKIRAN RAKYAT), *20(1)*, 15–31.

Sarjono, H., & Natalia. (2014). SERVQUAL DALAM PELAYANAN KELAS PADA LABORATORIUM MANAJEMEN, *5(1)*, 404–417.

Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL), (September 2014). <https://doi.org/10.2307/1251430>