
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE****Sukardi¹, Syafril Zulmaidi², Maydikha Pramuwardana³.**^{1,3}. Sekolah Tinggi Manajemen Transportasi Malahayati Jakarta². Akademi Maritim Nasional Jakarta Raya

Alamat : Marunda, Cilincing, Jakarta Utara, Daerah Khusus Jakarta 14150

Korespondensi penulis: svkardi@gmail.com

ABSTRAK : Kepuasan konsumen telah menjadi titik sentral perhatian dalam manajemen sehingga berbagai literatur yang menyangkut bisnis dan manajemen perusahaan, baik yang bersifat mencari laba maupun nirlaba menempatkan kepuasan konsumen sebagai ukuran utama, sehingga perlu adanya penelitian pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini hanya mengamati dan membahas berkenaan dengan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap konsumen dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pelayanan di PT. Gardatama Mandara Line.. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan dan menggambar kondisi apa adanya. Hasil penelitian menyebutkan bahwa Kualitas pelayanan di bagian loket pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line, yang didalamnya terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, menunjukan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan kurang baik. Kualitas pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line khususnya di bagian loket pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dilihat dari hasil nilai koefisien korelasi $r = 0.612$ atau sebesar 61.2%. Serta nilai koefisien determinasi $r^2 = 0.375$ menunjukan bahwa kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line dipengaruhi kualitas pelayanan sebesar 37.5% sedangkan sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

LATAR BELAKANG

Tingginya tingkat persaingan dewasa ini mendorong perusahaan untuk semakin inovatif dan harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Pasang surut perusahaan tersebut seringkali terjadi seiring dengan perubahan kondisi lingkungannya.

Saat ini usaha mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring majunya masyarakat, makin terbuka dan berkembangnya kesadaran masyarakat akan arti pentingnya alat transportasi bagi kehidupan sehari-hari. Berbagai kejadian di masa silam yang sejalan dengan perkembangan jaman membuat masyarakat sadar betapa pentingnya alat transportasi ini sebagai sarana untuk mempermudah kerja mereka.

Dengan adanya pesaing-pesaing dalam bidang penjualan yang sama, maka diperlukan strategi keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut dapat dilakukan dengan cara perusahaan memahami apa yang diinginkan oleh Konsumen yaitu pelayanan jasa.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, pelayanan jasa pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Karena konsumen tidak hanya sekedar membeli produk melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu memfokuskan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan Konsumen dengan memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan sesuai dengan yang dijanjikan dan berhubungan dengan kinerja yang terkait, mampu untuk membantu

Konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan kepercayaan tentang keamanan dan kualitas Produk dalam memberikan perhatian atas keluhan Konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian serta mencakup fasilitas, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi.

Atau dengan kata lain, sebagai penilaian atas sejauh mana suatu pelayanan itu sendiri sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan kepada Konsumen. Apabila perusahaan mampu memenuhi keinginan Konsumen tersebut, tentunya akan tercapai apa yang disebut sebagai kepuasan konsumen, dimana kepuasan yang dirasakan akan dapat menimbulkan respon positif bagi perusahaan berupa loyalitas konsumen yaitu terjadinya pembelian ulang dan membuat konsumen yang lain agar membeli produk yang sama dari perusahaan tersebut.

Keuntungan lain akan diperoleh perusahaan yaitu melalui penyebaran informasi positif dari satu konsumen kepada konsumen yang lain, dan reputasi perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Aktivitas pelayanan dalam perusahaan sangat berperan dalam kelancaran, bahkan karyawan dituntut memiliki keterampilan cepat dan tepat demi pencapaian profit perusahaan, begitu juga di PT. Gardatama Mandara Line, semakin cepat dan akurat pelayanan yang diberikan maka kualitas pelayanan akan semakin baik.

Perusahaan akan memberikan pelayanan yang baik agar kepuasan konsumen dapat tercapai, pelaksanaan kegiatan pelayanan perusahaan diarahkan kepada pencapaian efisiensi dan efektivitas kerja. Efisiensi berkaitan dengan cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan keperluan seseorang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada perusahaan itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Hal ini memberikan pemahaman bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan, hendaknya harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin agar masyarakat yang menerima pelayanan itu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen atau konsumen menjadi ukuran menjadi ukuran utama pelayanan perusahaan, kualitas pelayanan baik dibidang menjalin kerjasama bisnis maupun manajemen. Kepuasan konsumen telah menjadi titik sentral perhatian dalam manajemen sehingga berbagai literatur yang menyangkut bisnis dan manajemen perusahaan, baik yang bersifat mencari laba maupun nirlaba menempatkan kepuasan konsumen sebagai ukuran utama, sehingga perlu adanya penelitian pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

Penelitian ini mengamati dan membahas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap konsumen dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pelayanan di PT. Gardatama Mandara Line.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pencarian data dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan, dan jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif/hubungan.

1. Tahap Persiapan

Tahap dimana akan dilakukan pengumpulan alat dan bahan yang mendukung dalam penelitian ini.

2. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian (dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen). Penulis menggunakan dua metode dalam penelitian ini yaitu Kuesioner dan Wawancara. Kuesioner sebagai sumber data primer. Adapun data primer ini adalah data yang diperoleh dari masyarakat yang berkaitan dengan indikator pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat, sesuai dengan yang diperoleh melalui daftar pertanyaan/kuesioner yang disebar. Sementara wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung kepada konsumen yang berada di kantor di PT. Gardatama Mandara Line.

3. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan pengelolanya. Penulis memperoleh data sekunder dari dokumen yaitu dokumen-dokumen kantor di PT. Gardatama Mandara Line yang erat kaitannya dengan masalah penulisan berupa data gambaran umum kantor, struktur organisasi perusahaan, beserta tugas masing-masing yang relevan dengan objek penulisan.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Kuesioner Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden sampel yang diteliti.
- 2) Wawancara Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dimana peneliti mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.
- 3) Studi Pustaka Data yang diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti berupa buku-buku, brosur dan literatur lainnya.

Metode Analisis

Kegiatan pengelolaan data setelah terkumpul siap disajikan dalam bentuk penulisan/laporan/laporan penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Analisis Data Kuantitatif Analisis data yang berdasarkan data kuantitatif yang berupa angka-angka guna menarik suatu kesimpulan. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian merupakan data yang masih mentah, sehingga masih perlu mengolah lebih lanjut agar data yang diperoleh menjadi data yang dapat memberikan penjelasan dari permasalahan yang diteliti. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner/angket, yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden. Sebagai pelengkap data, juga dilakukan wawancara dan studi pustaka, dengan menelaah literatur terkait penelitian ini. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan sebagai pengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena yang ada.

Jawaban dari responden dibagi dalam 5 kategori penilaian, yaitu:

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1. Jawaban (Sangat Setuju) | diberi skor 5 |
| 2. Jawaban (Setuju) | diberi skor 4 |
| 3. Jawaban (Cukup Setuju) | diberi skor 3 |

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

4. Jawaban (Tidak Setuju) diberi skor 2

5. Jawaban (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1

Sebagai tambahan pelengkap data peneliti juga mengumpulkan data menggunakan wawancara, Dokumentasi dan Penelitian Kepustakaan (library research). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung. Peneliti mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu dengan pelaku pelayanan publik di PT. Gardatama Mandara Line, untuk mendapatkan sumber informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi merupakan pengambilan sebuah data melalui dokumen- dokumen, foto-foto, arsip atau surat-surat yang diperlukan. Sedangkan Penelitian Kepustakaan (library research) yaitu memanfaatkan perpustakaan sebagai sarana dalam mengumpulkan data, dengan mempelajari buku-buku sebagai bahan referensi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sekaran, Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investasi. Sementara Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan obyek penelitian. Adapun populasi yang tercakup dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi konsumen di PT. Gardatama Mandara Line.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Pada pengambilan sampel peneliti tidak mengambil seluruh sampel populasi, peneliti menggunakan metode accidental sampling dimana peneliti memilih sampel/responden berdasarkan pada pertimbangan subjektifnya, bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi memadai untuk menjawab pertanyaan peneliti. Peneliti menggunakan Rumus Slovin dalam pengambilan sampel.

Menurut Umar untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil digunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Pengambilan sampel menggunakan Slovin:

$$n = N \cdot 1 + Ne^2$$

$$n = 500 \cdot 1 + 500 \cdot (0,1)^2 = 34$$

$$n = 83,333 = 84 \text{ Sampel}$$

Jadi dalam penelitian ini, jumlah sampelnya adalah 84 sampel.

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Kritis atau batas Ketelitian yang diinginkan/Margin of e

Definisi Perasional variable adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

a. Variabel Bebas/Pelayanan (Independent Variabel)

1. Pelayanan Publik

Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan seseorang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Berbicara mengenai pelayanan publik, maka berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Hal ini mencakup pada dimensi pelayanan dan jasa yang akan dimati diantaranya :

1) Daya tanggap (responsiveness) Indikator:

- a) Respon petugas pelayanan terhadap keluhan warga.
- b) Respon petugas pelayanan terhadap saran dan kritikan warga.

2) Keandalan (reability) Indikator:

- a) Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan
- b) Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur dan teknis pelayanan.

3) Jaminan (assurance) Indikator:

- a) Kemampuan administrasi dan teknis petugas pelayanan.
- b) Kemampuan sosial petugas pelayanan.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

- 4) Perhatian (emphaty) Indikator:
 - a) Perhatian petugas pelayanan.
 - b) Kepedulian dan keramahan petugas pelayanan
- 5) Kemampuan fisik (tangibles) Indikator:
 - a) Ruang tunggu dan loket pelayanan.
 - b) Penampilan petugas pelayanan.

b. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Kepuasan Masyarakat, kepuasan atau ketidak puasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang rill/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Adapun indikatornya:

- 1) Prosedur
- 2) Persyaratan Pelayanan
- 3) Kejelasan Petugas Pelayanan
- 4) Kedisiplinan Petugas Pelayanan
- 5) Tanggungjawab Petugas Pelayanan
- 6) Kemampuan Petugas Pelayanan
- 7) Kecepatan Pelayanan

Analisa Data Pelayanan PT. Gardatama Mandara Line.

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrument dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrument akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Uji coba instrument dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan realibilitas instrumentnya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan sebagai pengumpulan.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dengan realibilitas alat ukur itu sendiri, ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehingga validitas akan

meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk mengetahui penelitian valid atau tidak, digunakan teknik pengambilan keputusan.

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Reabilitas adalah suatu instrument stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrument pengukuran/pada uji validitas sehingga kesesuaian alat ukur dengan yang diukur sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mencapai tingkat kepekaan realibilitas alat ukur yang diharapkan, maka perlu sebelumnya mengetahui apa sesungguhnya yang akan diukur dan metode pengumpulan data yang diharapkan. Kriteria pengambilan keputusan uji realibilitas pada penelitian ini adalah:

- 1) Instrument dinyatakan realibilitas apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,6.
- 2) Instrument dinyatakan tidak realibilitas apabila Cronbach's Alpha $<$ dari 0,6.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dilakukan Kolmogorov-Smirnov Test yang terdapat pada program SPSS, dengan koefisien $> 0,05$ sehingga dikatakan normal.

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Parsial (t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen yaitu pengaruh pelayanan publik terhadap kepuasan konsumen PT. Gardatama Mandara Line. Kriteria uji t dalam penelitian sebagai berikut:

H_0 = Variabel bebas parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen PT. Gardatama Mandara Line.

H_a = Variabel bebas parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen PT. Gardatama Mandara Line.

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak pada $\alpha = 5\%$
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima pada $\alpha = 5\%$

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan uji f maka dapat diketahui apakah daya tanggap (responsiveness), keandalan (reability), jaminan (assurance), perhatian (emphaty), dan kemampuan fisik (tangibles) benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan masyarakat. Kriteria pengujian dengan membandingkan f hitung dengan f tabel:

- 1) f hitung $< f$ tabel maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Artinya variabel indenpenden secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- 2) f hitung $> f$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel indepenenden secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Kriteria pengujian dengan melihat probabilities values:

- 1) Jika probabilitas f hitung $< 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Artinya variabel indepenenden secara bersama-sama tidak mempengaruhi dependen secara signifikan.
- 2) Jika probabilitas f hitung $> 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya variabel indepenenden secara bersama-sama mempengaruhi dependen secara signifikan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependent. Namun untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan R square yang sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1.

Pada umumnya sampel dengan data deret waktu (time series) memiliki R square maupun adjusted R square yang cukup tinggi (didas 0,5), sedangkan sampel dengan data item tertentu yang disebut data silang (crossection) pada umumnya memiliki R square maupun adjusted R square lebih rendah (dibawah 0,5), namun tidak menutup kemungkinan data jenis crossection memiliki nilai R square maupun adjusted R square yang cukup tinggi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa di PT. Gardatama Mandara Line dengan menggunakan rumus regresi linear berganda, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Di mana :

Y : Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan jasa PT. Gardatama Mandara Line

X : Dimensi Kualitas Pelayanan.

X1 : Daya Tanggap/Responsiveness

X2 : Keandalan/Realiabilitas

X3 : Jaminan/Assurance

X4 : Perhatian/Empathy

X5 : Bentuk Fisik/Tangibles

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

e : Error term

Lokasi dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilaksanakan di PT. Gardatama Mandara Line yang terletak di Jalan Kopi No. 25, RT. 007 RW. 003 Roa Malaka, Tambora Jakarta - Indonesia. Waktu Penelitian dilaksanakan pada 01 Desember 2022 sampai dengan 01 Februari 2023.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan PT. Gardatama Mandara Line dengan sampel penelitian kepada konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh, maka berikut ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden, semua kuesioner memenuhi kriteria. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari usia, jenis kelamin dan pekerjaan, dalam kuisisioner responden tidak perlu mencantumkan identitas pribadi untuk kerahasiaan informasi yang diberikan responden.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

1) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin, konsumen dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuisioner yang disebarkan ditemukan bahwa konsumen laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa konsumen yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase 70% dan konsumen perempuan sebanyak 15 orang dengan persentase 30%. Adapun karakteristik konsumen dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

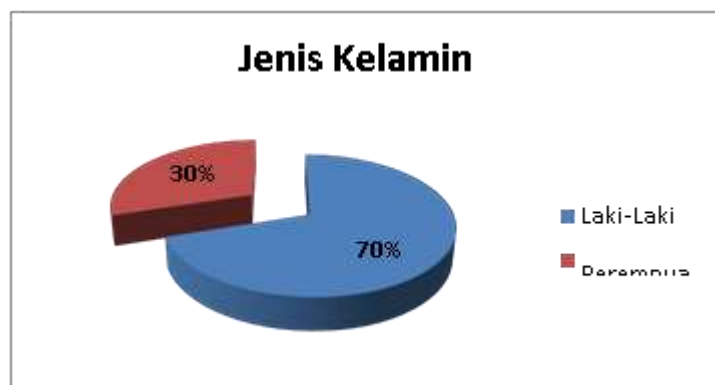
No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	35	70%
2	Perempuan	15	30%
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa persentase responden laki-laki sebesar 70% dan responden perempuan 30%. Berikut penyajian dalam bentuk grafik:

Gambar 4.1

Profil Responden PT. Gardatama Mandara Line Berdasarkan Jenis Kelamin



2) Responden Berdasarkan Usia

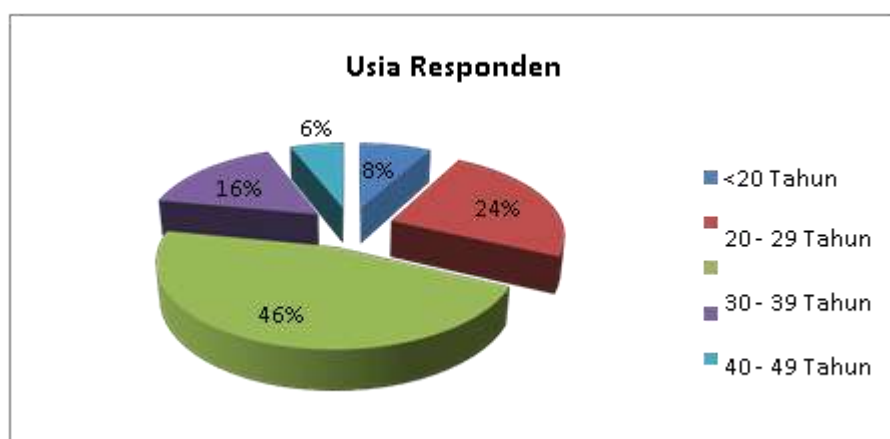
Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, konsumen yang paling banyak melakukan transaksi di loket pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line adalah mereka yang berada pada range usia 30- 39 tahun sebanyak 23 orang dengan tingkat persentase 46%, diikuti usia 20–29 tahun yaitu sebanyak 12 orang dengan tingkat persentase 24%, kemudian usia 40–49 tahun yaitu sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase 16%, kemudian usia >50 tahun yaitu sebanyak 3 orang dengan tingkat persentase 6%, selanjutnya usia <20 tahun sebanyak 4 orang dengan tingkat persentase 8%. Dimana jumlah konsumen berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel, 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<20 Tahun	4	8%
2	20 – 29 Tahun	12	24%
3	30 – 39 Tahun	23	46%
4	40 – 49 Tahun	8	16%
5	>50 Tahun	3	6%
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Gambar, 4.2
Profil Responden PT. Gardatama Mandara Line Berdasarkan Usia



3) Responden Berdasarkan Pekerjaan

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

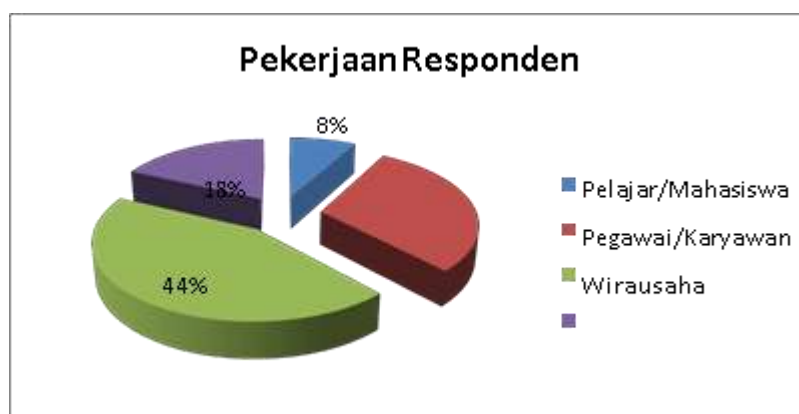
Responden-responen yang menggunakan jasa pada PT. Gardatama Mandara Line memiliki jenis pekerjaan yang bervariasi, dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 4 orang dengan persentase sebesar 8%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai/karyawan berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar 30%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai wirausaha berjumlah 23 orang dengan persentase sebesar 43%, sedangkan responden dengan jenis pekerjaan sebagai sopir berjumlah 10 orang dengan persentase 19%. Dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai wirausaha lebih banyak menggunakan jasa di PT. Gardatama Mandara Line Data pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	4	8%
2	Pegawai/Karyawan	15	30%
3	Wirausaha	22	44%
4	Sopir	9	18%
Jumlah		50	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Gambar 4.3
Profil Responden PT. Gardatama Mandara Line Berdasarkan Pekerjaan



4) Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden, maka dapat dikelompokkan seperti berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA/SMK/MA Sederajat	15	30%
2	D2/D3/D4	11	22%
3	S1	9	18%
4	Pendidikan Formal	15	30%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA/Sederajat sebanyak 15 orang atau 30% dan pendidikan informal 15 orang atau 30%, pendidikan terakhir D2/D3/D4 sebanyak 11 orang atau 22% dan pendidikan terakhir S1 hanya 9 orang atau 18% dari total keseluruhan, jadi respon yang mendominasi pada saat peneliti melakukan penelitian ini adalah pendidikan informal dan SMA/SMK/MA sederajat memiliki persentase yang sama yaitu sebesar 30%. Berikut disajikan dalam grafik :

Gambar 4.4
Profil Responden
PT. Gardatama Mandara Line Berdasarkan Pendidikan Terakhir



5) Total Skor Kepuasan Konsumen

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

Untuk mengetahui seberapa besar jawaban responden dari masing- masing variabel beserta jawaban setiap instrument dari 50 responden dalam hal ini Kualitas pelayanan (X), serta Kepuasan konsumen (Y) maka peneliti akan mengkaji seberapa baik total skor dari jawaban responden yang terkait dengan penelitian ini.

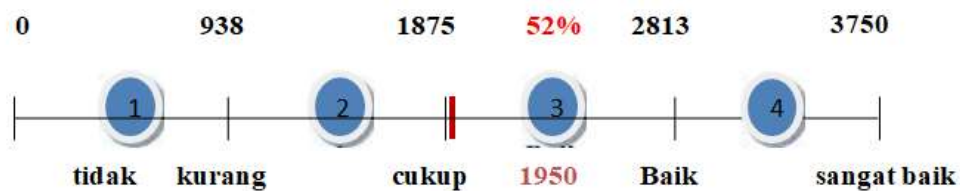
a. Total Skor Kualitas Pelayanan (X)

Instrumen penelitian untuk variable Kualitas pelayanan sebanyak 15 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1 – 5, dan jumlah responden sebanyak 50 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 15 \times 50 = 3750$. Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 15 dan jumlah responden = 50.

Jumlah skor hasil jawaban responden untuk variabel Kualitas pelayanan dari 50 responden berjumlah = 3750. Dengan demikian Kualitas pelayanan menurut persepsi 50 responden itu = $1950 : 3750 = 52\%$ berdasarkan jawaban responden .

Gambar 4.7

Total Skor Kualitas Pelayanan (X)



Sumber: Data Olahan 2023

Total skor untuk variabel Kualitas pelayanan (X) berjumlah : 1950 termasuk dalam kategori interval diantara cukup baik dan baik namun lebih mendekati “cukup baik”. Dari hasil analisis tentang skor jawaban responden baru 52% hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan masih terletak pada kwadran III artinya masih perlu dimaksimalkan dalam menunjang Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line Total Skor Kepuasan Konsumen (Y)

Instrumen penelitian untuk variabel Kepuasan konsumen sebanyak 6 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1–5, dan jumlah responden sebanyak 50 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 6 \times 50 = 1500$. Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 6 dan jumlah responden = 50.

Jumlah skor hasil jawaban responden untuk variabel Kepuasan konsumen dari 50 responden berjumlah = 1500. Dengan demikian kepuasan konsumen menurut persepsi 50 responden itu = $801:1500 = 53.4\%$ berdasarkan jawaban responden. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

Gambar 4.8

Total Skor Kepuasan Konsumen (Y)



Sumber: Data Olahan 2023

Total skor untuk variabel Kepuasan konsumen (Y) berjumlah : 801 termasuk dalam kategori interval cukup baik dan baik namun lebih mendekati “cukup baik” yang terletak pada Kwadran III. Dari hasil analisis tentang skor jawaban responden baru 53.4% hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line sudah baik namun perlu ditingkatkan sampai mencapai hasil yang maksimal.

6) Analisis Deskriptif Statistik

Hasil analisis deskriptif untuk melihat proses penyebaran data berdasarkan ukuran gejala pusat dari variable Kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen dari jawaban angket responden. Sebelum melakukan analisis maka terlebih dahulu variabel-variabel penelitian dideskripsikan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel. Data yang dikumpulkan dari 50 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

dideskripsikan dengan bantuan fasilitas Data Analysis dari Microsoft Excel. Hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4
Deskripsi Variabel Penelitian

Statistik Deskriptif	Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Konsumen (Y)
Mean	38.925	16.019
Standard Error	1.779	0.564
Median	38	15
Mode	40	17
Standard Deviation	12.951	4.107
Sample Variance	167.725	16.865
Kurtosis	0.645	0.091
Skewness	0.410	0.826
Range	51	15
Minimum	15	11
Maximum	66	26
Sum	1950	801
Count	50	50

Untuk penjelasan deskriptif *statistic* penelitian mengenai variable Kualitas pelayanan dan variabel Kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil deskriptif statistik pada tabel 4 diperoleh nilai Maximum 66 dan Minimum 15 serta nilai Sample Variance 167.725 dengan nilai Standard Error 1.779. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai mean 38.925. Kualitas pelayanan disekitar nilai median 38. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan kepada PT. Gardatama Mandara Line terdistribusi belum normal dengan Standard Deviation 12.951 dengan kata lain, Kualitas pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line kurang baik

b) Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil deskriptif statistik pada tabel 7 diperoleh nilai Maximum 26 dan Minimum 11 atau memiliki Range 15 serta nilai Sample Variance 16.865 dengan nilai Standard Error 0.564. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai mean 16.019. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line belum terdistribusi dengan normal dengan Standard Deviation 4.107. Dengan kata lain, Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line belum maksimal.

c) Analisis Regresi dan Korelasi

Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line dapat dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang saling berinteraksi secara kompleks, dengan menggunakan kuesioner (terlampir) yang diberikan kepada 50 konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line diperoleh data dan ditabulasi menurut variabel penelitian. Data yang terkelompok menurut variabel tersebut dianalisis dengan bantuan fasilitas Data Analysis.

Pembuktian Hipotesis, dalam penelitian ini dihipotesiskan bahwa: “Diduga bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line.

Hasil analisis antar variabel Kualitas pelayanan

(X) dengan Kepuasan konsumen karyawan (Y) diperoleh dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana
Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	329.4405	329.4405	30.68534	1.07E-06
Residual	51	547.5406	10.73609		
Total	52	876.9811			

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>
Intercept	8.453826	1.437923	5.879191	3.17E-07	5.567074
KUALITAS PELAYANAN	0.194352	0.035085	5.539435	1.07E-06	0.123915

Untuk jelasnya hasil analisis korelasi dan regresi dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

- Koefisien Korelasi : $R = 0.612$
- Koefisien Determinasi : $r^2 = 0.375$
- Persamaan Regresi : $Y = 8.453 + 0.194 X$

Nilai koefisien korelasi $r = 0.612$ menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line.

Nilai koefisien determinasi $r^2 = 0.375$ menunjukan bahwa Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line dipengaruhi Kualitas pelayanan sebesar 37.5%, sedang sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji hipotesis didalam penelitian ini menggunakan uji t. Pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis secara individu dilakukan dengan membandingkan ttabel dengan thitung. Angka ttabel dicari setelah diketahui tingkat signifikansi dan derajat kebebasan.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 5% = 0.05, dan derajat kebebasan $df = n - 1 - 1$ atau $53 - 1 - 1 = 51$. Hasil yang diperoleh untuk ttabel sebesar 1.684 (dilihat pada lampiran ttabel).

H_0 = Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen

H_a = Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen

Bila thitung < ttabel maka H_0 diterima H_a ditolak, jika thitung > ttabel maka H_0 ditolak H_a diterima. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikan 0.05. Berdasarkan data thitung diatas menunjukkan thitung sebesar 5.539 sedangkan hasil ttabel 1.684. Melihat data diatas berarti thitung > ttabel

(5.539 > 1.684) maka H_0 ditolak. Dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap Kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line. Dari perhitungan di atas, diperoleh konstanta $a = 8.453$ dan koefisien arah regresi $b = 0.194$ dengan adanya hasil ini, maka persamaan garis regresi dari kualitas pelayanan (X) atas Kepuasan konsumen (Y) adalah:

$$Y = 8.453 + 0.194 X$$

Persamaan regresi antara variabel Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan konsumen (Y) adalah $Y = 8.453 + 0.194X$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelayanan ditentukan oleh kualitas pelayanan petugas loket pada PT. Gardatama Mandara Line. koefisien regresi variabel X sebesar 0.194 menunjukkan apabila kualitas pelayanan petugas loket ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0.194 satuan kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line.

Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 8.453 menunjukan bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan maka besar skor kepuasan konsumen PT. Gardatama Mandara Line adalah 8.453.

Dari hasil hipotesis, berdasarkan data thitung, menunjukkan bahwa thitung sebesar 5.539 dan ttabel menunjukan sebesar 1.684. Melihat hasil diatas berarti thitung > ttabel (5.539 > 1.684). Karena thitung > ttabel, maka tolak H_0 dan terima H_a .

Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line.

Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan konsumen terhadap kualitiitas pelayanan sesuai dengan indikator Tangibles; dari ke 3 butir pertanyaan responden menyatakan ke 2 dan tiga, nilai skor terendah yaitu 2.21% dan 1.92% dari keseluruhan jawaban responden yang berjumlah 50 orang, ruang tunggu yang digunakan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line belum terjamin kerbersihannya sehingga menyebabkan ketidaknyamanan dari para konsumen pada saat melakukan transaksi, oleh sebab itu

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

perusahaan harus lebih memperhatikan masalah kebersihan ruangan tunggu dengan mengontrol setiap tugas dari cleaning service. Petugas loket dinilai belum rapi sehingga tidak enak untuk dipandang, seharusnya berpenampilan rapi dan sopan akan enak dipandang dan menarik saat konsumen melakukan transaksi.

Hal ini sependapat dengan Gronross dalam Ttjiptono, 2005 yang mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yaitu Professionalism and skill. Konsumen mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, system operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (outcome-related criteria). Indikator Reliability; juga mendapatkan hasil terendah yaitu 2.18%.

Konsumen menilai pelayanan yang diberikan belum memuaskan dikarenakan banyak faktor yang belum sesuai dengan keinginan konsumen. Pihak perusahaan dalam hal ini divisi operasional yang bertanggung jawab langsung dengan bagian loket pelayanan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang ada seperti pelayanan yang cepat dan tepat serta keseriusan petugas loket pada saat sedang melayani konsumen. Penanggung jawab loket yang bertugas mengontrol setiap aktivitas kerja petugas loket harus lebih teliti serta bisa memberikan arahan dan motivasi agar pelayanan dilakukan dengan serius karena hal ini bisa berdampak pada pertimbangan konsumen untuk menggunakan jasa kembali di PT. Gardatama Mandara Line. Hal ini dijelaskan pada prinsip- prinsip kualitas pelayanan, dimana didalamnya terdapat prinsip Review yaitu merupakan satu- satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

Indikator Responsivenees; memiliki hasil yang rendah juga dengan hasil jawaban responden sebesar 1.98%. Kemampuan petugas loket dalam memberikan informasi kepada konsumen dinilai belum maksimal, sehingga banyak konsumen yang kurang paham dengan prosedur dan peraturan dalam melakukan transaksi. Petugas loket perlu mendapatkan pelatihan yang mendalam tentang prosedur yang ada di loket pelayanan agar mereka lebih memahami sehingga petugas loket bisa memberikan informasi kepada konsumen dengan baik dan tepat. Dari hasil yang ada pada indikator

kualitas pelayanan diatas bisa berdampak pada kepuasan konsumen.

Konsumen yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ini akan kecewa dan dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai complain atas ketidakpuasannya dan akan mempengaruhi citra dari perusahaan. Hal ini sangat penting dalam persaingan dunia industry jasa transportasi laut sebagai bentuk usaha dari terminal petikemas sendiri. Ini juga merupakan faktor utama yang menjadi kepuasan konsumen. Hal ini dijelaskan pada prinsip-prinsip kualitas pelayanan, dimana didalamnya terdapat prinsip komunikasi yang sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang dapat didukung oleh pemasok, karyawan, dan konsumen. Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi yang baik dan lancar harus selalu dilakukan, baik terhadap pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penjelasan tersebut, perusahaan perlu untuk memperhatikan setiap indikator yang dinilai konsumen masih kurang dan lemah sehingga perusahaan bisa melakukan tindakan untuk meningkatkan indikator-indikator didalamnya yang tergolong lemah, sebaliknya indikator yang dinilai sudah maksimal dan dirasa puas yaitu, Assurance dan Empathy harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Tjipto F. (2000) “Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dan dalam jangka panjang ikatan seperti ini menunjukkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen dan kebutuhan mereka.”

Dengan memenuhi harapan konsumen maka bisa dipastikan bahwa konsumen dapat setia atau loyal kepada perusahaan dengan mempertimbangkan kembali untuk menjadi konsumen pada perusahaan asing.

Adapun menurut Suwandi U. (2001) “Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hanya mungkin jika harapan konsumen diketahui dengan pasti, untuk

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

mengetahui harapan konsumen, maka perlu mengidentifikasi segmen pasar terlebih dahulu.” Dengan demikian setiap segmentasi pasar mempunyai konsumen yang berbeda termasuk kebutuhan dan harapan konsumen, maka perlu adanya penelitian untuk dapat mengidentifikasikan dengan benar segmen mana atau harapan apa yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Menurut Suardi R. (2003) perusahaan yang terfokus pada konsumen akan menerapkan prinsip-prinsip untuk mengarahkan pada kualitas jasa dan kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Menyelidiki dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen.
- b. Memastikan Bahwa sasaran organisasi berhubungan dengan kebutuhan dan harapan konsumen.
- c. Mengkomunikasikan kebutuhan dan harapan konsumen dengan organisasi secara keseluruhan.
- d. Menyelaraskan pendekatan dalam memuaskan konsumen dan pihak yang berkepentingan serta mengambil tindakan atas hasil yang didapatkan.
- e. Memastikan keseimbangan antara kepuasan konsumen dengan pihak lain.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data secara keseluruhan yang kemudian disesuaikan dengan kajian teoritis yang mengatakan bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, berlaku juga pada PT. Gardatama Mandara Line. Dengan ini maka kajian teoritis dan hasil penelitian lewat pengolahan data dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulannya, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan di bagian loket pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line, yang didalamnya terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, menunjukan bahwa penilayan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan kurang baik.

2. Kualitas pelayanan pada PT. Gardatama Mandara Line khususnya di bagian loket pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dilihat dari hasil nilai koefisien korelasi $r = 0.612$ atau sebesar 61.2%. Serta nilai koefisien determinasi $r^2 = 0.375$ menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada PT. Gardatama Mandara Line dipengaruhi kualitas pelayanan sebesar 37.5% sedangkan sisanya 62.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.

Dari hasil kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sehubungan dengan penelitian ini yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak PT. Gardatama Mandara Line adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Gardatama Mandara Line melaksanakan survei terhadap kepuasan konsumen setiap tahun sehingga dapat diambil tindakan koreksi dan perbaikan pada segala kekurangan dalam sistem pelayanan yang sedang diterapkan. Sebaliknya, agar kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang sudah baik dapat dipertahankan dan lebih ditingkatkan kembali.
2. PT. Gardatama Mandara Line, sekiranya dapat lebih memperhatikan kualitas pelayanan sesuai prosedur yang telah ditetapkan karena kualitas pelayanan sangat berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memberikan citra positif bagi nama baik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Kencana, 2010
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Edisi 11 jilid 1 dan 2 PT. Indeks, Jakarta, 2005
- Priyanto, Duwi. 5 Jam Belajar Olah Data SPSS 17, Yogyakarta: Andi, 2009
- Rohana. "Pengaruh Segmentasi Pasar Geografis dan Promosi Terhadap Penjualan Pada PT alfa scorpil Adam Malik" Tesis UIN SU, 2004
- Suryani dan Hendryadi. Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi, Jakarta: Kencana, 2015
- Suyoto, Danang. Teori Kuesioner dan Analisis Data, Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2013
- Triatmodjo, Bambang, Teknik Pantai, Beta Offset, Yogyakarta, 2012
- 50 | Jurnal Pendidikan Manajemen Transportasi – Vol. 6 No.2 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GARDATAMA MANDARA LINE

Umar, Husein. Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002

UU No.17 Tahun 2008 tentang Pelayanan

www.bpn.go.id. KepMenPAN 25 Th 2004 Ttg Pedoman Umum Penyusunan IKM, Pdf, di
Akses Pada Tanggal 5 Agustus 2018

Yunus bandu muh. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat” Skripsi, Universitas Hasanuddin Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Negara, 2013