

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MITRA EKSPEDISI LION PARCEL CABANG PELAIHARI CV. RIKO

Oleh :

**RACHMATULLAH ACHMAD**

NPM 16.31.0879

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN

MUHAMMAD ARSYAD AL – BANJARI

BANJARMASIN

E-mail: [Ramaahmad585@gmail.com](mailto:Ramaahmad585@gmail.com)/ No. HP 081350223360

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa pengiriman terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel Cabang Pelaihari. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan satu variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pengguna Lion Parcel Cabang Pelaihari. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T dan Uji F serta koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. pada uji hipotesis variabel tangible, reliability, responsiveness, dan empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel assurance dengan koefisien regresi sebesar 0,965.

**Kata Kunci:** Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy dan Kepuasan Konsumen

---

## ABSTRACT

*This Research aims to analyse the influence of quality services delivery to customer satisfaction Lion Parcel Pelaihari branch. This research uses five independent variables , namely tangible, reliability, responsiveness, assurance and Emphaty with a single dependent variable that is consumer satisfaction. The population in this study is the consumer or user of Lion Parcel Pelaihari branch. Samples taken as many as 100 respondents using Non-Probability Sampling techniques with the Accidental sampling approach, namely the sampling technique based on coincidence, that is, who happens to meet researchers can be used as a sample. The data analysis methods used are validity and reliability tests, classical assumption test, multiple linear regression analysis, T test and F test and coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Based on data analysis, results show that the indicators in this study are valid and reliable. On the classic assumption test the normal distribution data, does not occur heteroskedastisity and multicollinearity. On the tangible variable hypothesis test , reliability, responsiveness, and Emphaty have no significant effect on consumer satisfaction. And the most influential variable is the assurance variable with a regression coefficient of 0,965.*

**Keywords:** Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty and Consumer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan didirikan bertujuan untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dengan melakukan kegiatan produksi dan distribusi dengan menggabungkan berbagai faktor produksi, yaitu manusia, alam dan modal. Salah satu tujuan perusahaan adalah mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan meningkatkan pendapatan dan penjualan.

Menghadapi persaingan bisnis setiap perusahaan yang semakin ketat di era globalisasi saat ini, kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jasa pengiriman merupakan bagian dari

kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman dan praktis dalam hal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta berkembangnya bisnis toko online atau e-commerce menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang, dengan ini banyak perusahaan yang berfokus pada konsumen. Dalam pengertian bahwa perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menentukan pilihan.

Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antara penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya E-commerce seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dan memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan konsumen yang merupakan faktor penting demi tercapainya kualitas.

Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasaran untuk mencapai volume penjualan tertentu agar tetap bertahan atau mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya. Kondisi seperti ini kepuasan konsumen mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, baik karena terlalu mahal atau terlalu rumit dalam penggunaannya, maka produk tersebut tidak ada artinya.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011;74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Salah satu bidang usaha yang dijalankan oleh perusahaan adalah bergerak dibidang usaha jasa. Baik berupa jasa kesehatan, jasa penginapan, jasa pelayanan, jasa transportasi dan jasa pengiriman berbagai macam barang. Keberhasilan perusahaan jasa pengiriman barang sangat ditentukan oleh tingkat pelayanan dan ketepatan waktu yang dijadwalkan perusahaan, disamping itu faktor lain yang turut mempengaruhi adalah tarif yang ditetapkan perusahaan dan tingkat persaingan dipasar. Apabila hal ini tidak dicermati pihak perusahaan maka para konsumen akan menjauh dan berpaling pada perusahaan lain yang sejenis dan akhirnya hal ini akan menghambat kemajuan usaha perusahaan, karena sumber pendapatan utama dari perusahaan jasa ini adalah berupa imbalan jasa yang diberikan oleh para konsumen.

Pada umumnya para pemakai jasa pengiriman pada Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko atau yang lebih dikenal dengan Lion Parcel Cabang Pelaihari adalah para pengusaha, aparat pemerintah pedagang dan swasta, serta para konsumen lain yang ingin mengirimkan barang, yang mana mereka menginginkan barang tersebut cepat sampai ketempat tujuan dalam keadaan aman dan tepat waktu.

Adapun Perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang di wilayah Pelaihari kabupaten Tanah Laut antara lain adalah JNE Express, Pos Indonesia, Tiki, J&T Express, dan lain sebagainya. Melihat kenyataan tersebut tentunya terjadi persaingan antara perusahaan yang melaksanakan kegiatan usaha yang sama, terutama usaha untuk memperebutkan para pengguna jasa pengiriman barang. Selama ini, dalam menjalankan kegiatan usaha Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar diseluruh Indonesia tidak terkecuali untuk daerah-daerah yang dilewati sesuai dengan tujuan. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai dengan paket yang berukuran besar.

Adapun produk layanan yang diberikan oleh Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko yaitu berupa fitur tracking resi di aplikasi Lion Parcel dimana aplikasi tersebut dapat mengecek tarif, status pengiriman dan lokasi pengiriman maupun penerima. Salah satu keunggulan Perusahaan Ekspedisi Lion Parcel adalah mempunyai armada sendiri untuk pengiriman ekspedisinya bekerja sama dengan Lion Group untuk jalur udara, dan menawarkan layanan melalui jalur darat yaitu menggunakan kereta api bekerjasama dengan KA Log. keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumennya dan mempertahankan usahanya dari persaingan bisnis jasa pengiriman lainnya. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa, Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung konsisten dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang di harapkan oleh para konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Geoth & Davis (1994; p.4) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana

pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Berdasarkan dari review konsumen terhadap kualitas pelayanan pada mitra lion parcel cabang Pelaihari CV. Riko, masih terdapat pelayanan yang tidak memuaskan diantaranya keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di tracking, dan terjadi kerusakan pada paket yang dikirim dan hilangnya paket kiriman barang.

Dengan melihat uraian tersebut dapat diketahui apakah harapan konsumen sesuai dengan pelayanan riil dari usaha jasa pengiriman barang tersebut sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Maka penulisan skripsi ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mitra Ekspedisi Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko”.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan masalah di atas ada beberapa indentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Layanan estimasi waktu pengiriman barang oleh Mitra Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko masih belum sesuai dengan yang diharapkan.
2. Masih terdapat resiko kerusakan dan kehilangan atas barang yang di paketkan.

Dari masalah yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah terdapat pengaruh *Reliability* (Kehandalan) terhadap kepuasan Konsumen?
3. Apakah terdapat pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah terdapat pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah terdapat pengaruh *Emphaty* (Kepedulian) terhadap kepuasan konsumen?

### **Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk menganalisis pengaruh Variabel *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh Variabel *Reliability* (Kehandalan) terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh Variabel *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh Variabel *Emphaty* (Kepedulian) terhadap kepuasan konsumen. Kerangka Teoritis.

### **Penelitian Sebelumnya**

Berdasarkan penelitian dari Wili Andri Merdian (2007) dalam penelitiannya yang berjudul ”Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Tiki cabang jogjakarta)” diperoleh hasil Variable bukti langsung dan variable empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sedangkan Variable keandalan, Variable daya tanggap, Variable jaminan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Somdani Nur Hakim (2007) dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman barang terhadap Kepuasan Konsumen di Garuda Ekspres Delivery Surakarta” dimana hasil penelitian menunjukkan Variable reability dan empaty tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan Variable tangible, responsive, dan assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Kerangka Teoritis**

Menurut Zheitmal dan Bitner kualitas layanan adalah ketidak sesuaian antara harapan dan keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Dimensi jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry terdapat lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*”. Bukti fisik yang disajikan membuat pelanggan puas, kehandalan dalam melayani konsumen dengan mengirimkan suatu barang secara tepat waktu, daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen menambah kepuasan pelanggan, jaminan keamanan serta kenyamanan yang diberikan menjadi konsumen puas, dan empati dengan kebutuhan konsumen terpenuhi. Kelima dimensi tersebut mempengaruhi kepuasan yang didapatkan oleh konsumen.

1. Hubungan *Tangible* dengan Kepuasan Konsumen

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, dicium maupun diraba. Maka aspek wujud fisik menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan. Pada saat yang bersamaan, aspek bukti fisik mempengaruhi harapan konsumen, karena bukti fisik yang baik maka harapan konsumen akan lebih tinggi. Oleh karena itu, pihak Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus memberikan bukti yang nyata seperti tampilan dan interior bangunan yang menarik, bersih, serta lahan untuk parkir kendaraan bermotor yang memadai.

Hubungan bukti fisik dengan kepuasan konsumen merupakan wujud fisik yang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.. Dengan demikian, maka hipotesis pertama adalah: **H1 - bukti fisik/ tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.**

2. Hubungan Reliability dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Zheithaml. Et al (2006) kehandalan adalah pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan. Pelayanan Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko sebagai bisnis jasa pengiriman, mengantar dan mengirimkan suatu barang dengan cepat kealamat dan tujuan yang sesuai dengan memberikan informasi yang akurat kepada konsumen.

Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif. Dengan demikian, maka hipotesis kedua adalah : **H2 - kehandalan atau reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.**

3. Hubungan Responsiveness dengan kepuasan konsumen

Responsiveness merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu, Handi Irawan (2009;59). Daya tanggap pada penelitian ini merupakan kecepatan pegawai dalam melayani konsumen, memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan mengenai barang yang dikirimkan seperti paket yang sulit di tracking, paket kiriman yang belum sampai dan hilangnya paket kiriman.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga adalah :**H3 - daya tanggap atau responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.**

4. Hubungan Assurance dengan Kepuasan Konsumen

Assurance atau jaminan adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan santunan pegawai dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan, Kottler & Keller (2008).

Keramahan, kesopanan serta jelas dalam menyampaikan informasi menimbulkan rasa percaya diri konsumen menjadi tolak ukur konsumen memilih dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Membuat konsumen merasa percaya dan aman ketika mengirimkan suatu barang dengan menggunakan jasa pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.

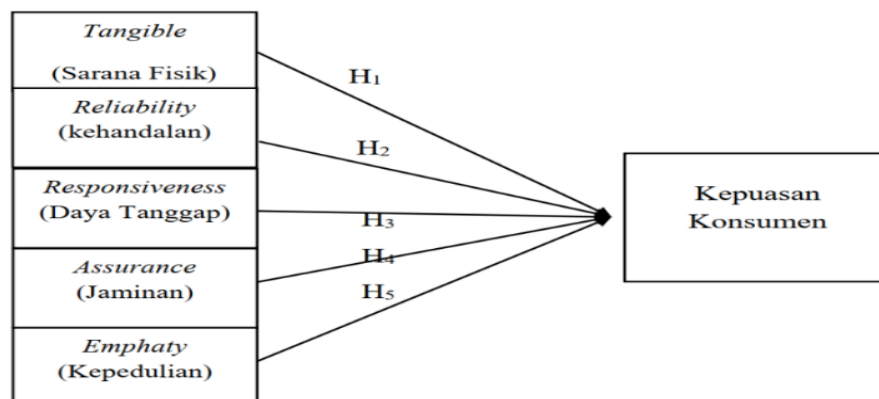
Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, maka hipotesis keempat adalah :**H4 – jaminan atau assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.**

5. Hubungan Emphaty dengan Kepuasan Konsumen

Emphaty merupakan kepedulian yang mencakup kemudahan komunikasi,dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dengan cara mendengarkan kemudian memberi perhatian kepada tiap-tiap konsumen. Dengan kata lain empaty merupakan perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, serta adanya komunikasi yang baik antara penyedia jasa dengan konsumen Terciptanya komunikasi yang baik antara pegawai dengan konsumen. Pegawai yang peduli dengan keluhan para pelanggan akan memberikan perasaan puas terhadap layanan yang diberikan.

Hubungan empati dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, maka hipotesis kelima adalah :**H5 – Emphaty atau kepedulian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.**

Gambar 1. Kerangka Teoritis



## METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan satu variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pengguna Lion Parcel Cabang Pelaihari. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T dan Uji F serta koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menggunakan aplikasi SPSS 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung atau nilai person correlation dengan nilai r tabel. Dengan kriteria, apabila r hitung > r tabel maka butir pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid. Apabila person correlation < dari r tabel maka butir pernyataan dari kuesioner dinyatakan tidak valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 dimana hasil validitas dari pernyataan dapat dilihat berdasarkan output SPSS.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tangible</i>	1	0,719	0,197	Valid
	2	0,775	0,197	Valid
	3	0,738	0,197	Valid
	4	0,737	0,197	Valid
	5	0,704	0,197	Valid
<i>Reliability</i>	6	0,704	0,197	Valid
	7	0,714	0,197	Valid
	8	0,676	0,197	Valid
	9	0,694	0,197	Valid
	10	0,800	0,197	Valid
<i>Responsiveness</i>	11	0,788	0,197	Valid
	12	0,836	0,197	Valid
	13	0,745	0,197	Valid
	14	0,810	0,197	Valid
	15	0,696	0,197	Valid
<i>Assurance</i>	16	0,590	0,197	Valid
	17	0,761	0,197	Valid
	18	0,848	0,197	Valid
	19	0,812	0,197	Valid
	20	0,856	0,197	Valid
<i>Emphaty</i>	21	0,827	0,197	Valid
	22	0,749	0,197	Valid
	23	0,777	0,197	Valid
	24	0,749	0,197	Valid
	25	0,793	0,197	Valid
<i>Kepuasan Konsumen</i>	26	0,734	0,197	Valid
	27	0,729	0,197	Valid
	28	0,608	0,197	Valid
	29	0,718	0,197	Valid
	30	0,764	0,197	Valid

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

### Uji Reliabilitas

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas untuk variabel-

variabel dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha. Adapun cara mengetahui reliabelnya variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Croanbach Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s.d 0,80	Reliabel
0,80 s.d 1	Sangat Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel-variabel dalam penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini yang dihitung dengan menggunakan software SPSS 25.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

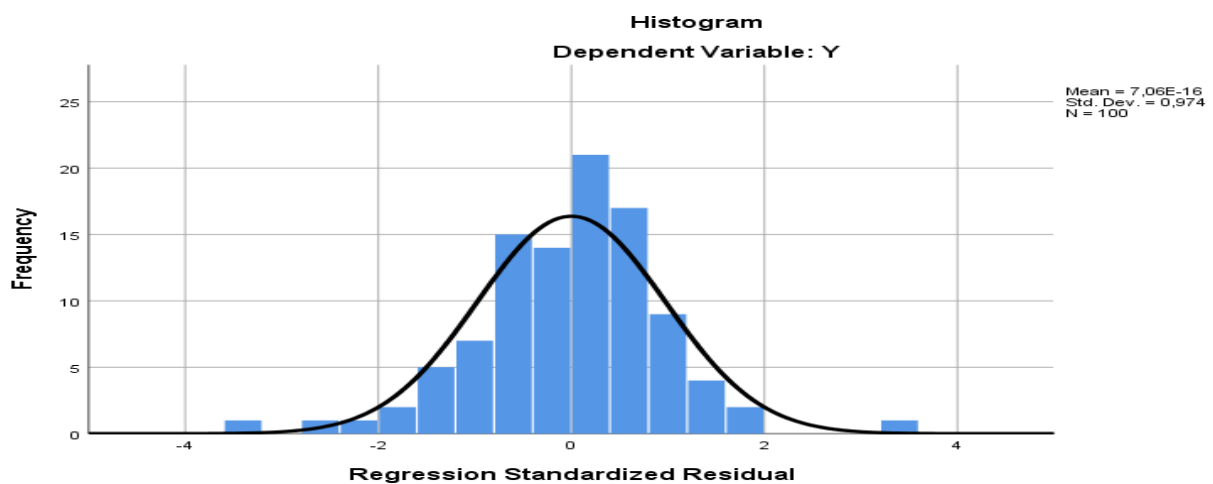
Variabel	r Alpha	r tabel	Keterangan
Tangible	0,768	0,197	Reliable
Realibility	0,763	0,197	Reliable
Responsivness	0,828	0,197	Reliable
Assurance	0,833	0,197	Reliable
Emphaty	0,834	0,197	Reliable
Kepuasan Konsumen	0,752	0,197	Reliable

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

### Uji Asumsi Klasik

1. Grafik Histogram

**Gambar 2. Grafik Histogram**



Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Berdasarkan gambar tampilan diatas, dapat dilihat bahwa histogram yang berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak miring kesamping kiri maupun kanan. Yang artinya adalah data berdistribusi normal.

2. Grafik Normal P-Plot

Gambar 3. Grafik Normal P-Plot



Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Berdasarkan tampilan gambar diatas dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Namun untuk menguji kenormalan penulis juga menggunakan uji Kolmogrove Smirnov. Jika nilai signifikan dibawah  $>0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal, dan jika nilai signifikan dibawah  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters a, b	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,47815518	
Most Extreme Differences	Absolute	,105	
	Positive	,077	
	Negative	-,105	
Test Statistic		,105	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,008c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,210d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,105
		Upper Bound	,315

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 100 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, hasil yang diperoleh dari metode pendekatan Monte Carlo One Sample Kolmogorov-smirnov Test signifikannya sebesar  $0,105 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	2,452	2,020		1,214	,228		
	Tangible X1	,023	,048	,027	,490	,625	,923	1,083
	Reliability X2	,012	,055	,012	,217	,829	,931	1,075
	Responsiveness X3	-,035	,049	-,039	-,724	,471	,964	1,037
	Assurance X4	,953	,119	,965	8,024	,000	,193	5,174
	Emphaty X5	-,108	,108	-,121	-,995	,322	,189	5,293

a. Dependent Variable: Kepuasan Y

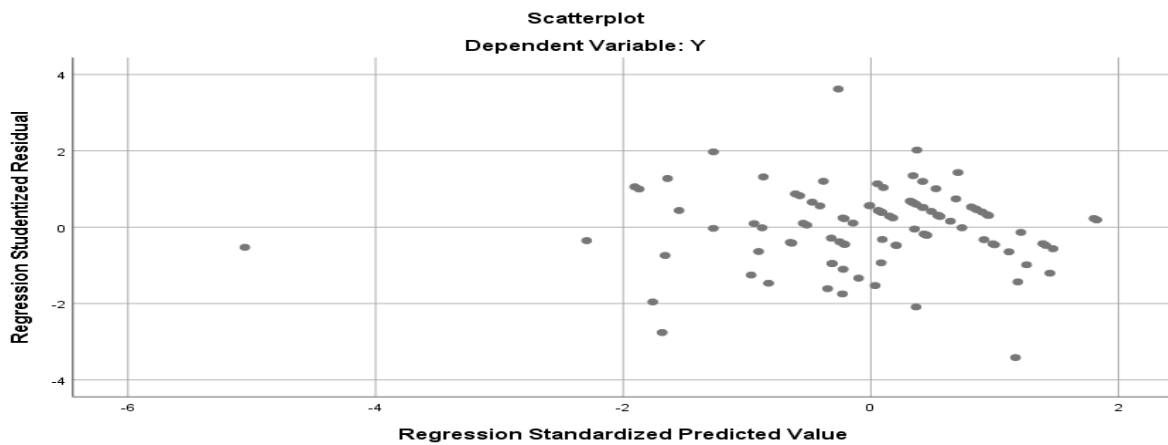
Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain, seperti terlihat pada gambar berikut:

**Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Pada diagram pencar diatas menunjukkan pada model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas. Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar disegala arah, baik diatas maupun dibawah angka 0. Dengan demikian maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi software SPSS Statistic versi 20. Bentuk persamaannya adalah:

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



maka berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS 25 dapat disajikan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,452	2,020		1,214	,228
	Tangible	,023	,048	,027	,490	,625
	Reliability	,012	,055	,012	,217	,829
	Responsiveness	-,035	,049	-,039	-,724	,471
	Assurance	,953	,119	,965	8,024	,000
	Emphaty	-,108	,108	-,121	-,995	,322

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

$$Y = 2,452 + (0,23)X_1 + (0,12)X_2 + (-0,35)X_3 + 0,953X_4 + (-0,108)X_5$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta sebesar 2,452 artinya jika tidak ada variabel tangible, variabel reliability, variabel reponsiveness, variabel assurance, variabel emphaty, maka kepuasan konsumen akan sebesar 2,452.
2. Koefisien regresi variabel tangible adalah 0,023 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas sarana fisik sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,023 poin.
3. Koefisien regresi variabel reliability adalah 0,012 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas kehandalan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,012 poin.
4. Koefisien regresi variabel responsiveness adalah -0,035 berarah negatif, artinya setiap peningkatan pada kualitas daya tanggap sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,035 poin.
5. Koefisien regresi variabel assurance adalah 0,953 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas jaminan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,953 poin.
6. Koefisien regresi variabel emphaty adalah -0,108 berarah negatif, artinya setiap peningkatan pada kualitas kepedulian sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,108 poin.

## Uji Hipotesis

Sebelum melihat hasil pengujian terhadap hipotesis, maka perlu diketahui bahwa yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji T

Uji parsial ini menggunakan uji T, yaitu:

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  Ha diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Berikut ini akan dijelaskan pengujian masing-masing secara parsial :

**Tabel 7. Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,452	2,020		1,214	,228
	Tangible	,023	,048	,027	,490	,625
	Reliability	,012	,055	,012	,217	,829
	Responsiveness	-,035	,049	-,039	-,724	,471
	Assurance	,953	,119	,965	8,024	,000
	Emphaty	-,108	,108	-,121	-,995	,322

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Rumus untuk mencari nilai ttabel adalah:

$$T \text{ tabel} = a/2 ; n-k-1$$

Keterangan : a = 0,05 (5%)

N = jumlah responden

K = jumlah variabel bebas

$$\text{Jadi, } T \text{ tabel} = 0,05/2 ; 100-5-1$$

$$= 0,025 ; 94$$

Kemudian dicari pada distribusi nilai ttabel, maka ditemukan nilai t tabel sebesar 1,99.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh t hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada tabel 4.28 diatas.

1. Tangible atau bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman lion parcel dengan thitung < ttabel sebesar 0,490 < 1,99. Besar pengaruh sarana fisik terhadap kepuasan konsumen adalah 2,7%. Hasil pengujian H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel tangible tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dengan demikian H1 ditolak.
2. Reliability atau kehandalan tidak berpengaruh terhadap signifikan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman lion parcel dengan thitung < ttabel sebesar 0,217 < 1,99. Hasil pengujian H2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dengan demikian H2 ditolak.
3. Responsiveness atau daya tanggap berarah negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman lion parcel dengan thitung < ttabel sebesar -0,724 < 1,99. Hasil pengujian H3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel tangible tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dengan demikian H3 ditolak.
4. Assurance atau jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman lion parcel dengan thitung > ttabel sebesar 8,024 > 1,99. Hasil pengujian H4 dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan arah hubungan positif. Jadi dengan demikian H4 diterima.
5. Emphaty atau kepedulian berarah negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman lion parcel dengan thitung < ttabel sebesar -0,995 < 1,99. Hasil pengujian H5 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel emphaty tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dengan demikian H5 ditolak.

## 2. Uji F

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari uji F, adapun syarat uji F adalah:

Ho diterima jika Fhitung < Ftabel pada a = 5%

Ha diterima jika Fhitung > Ftabel pada a = 5%

Berdasarkan hasil pengujian statistik (Uji Anova/Uji F) dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

**Tabel 8. Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607,691	5	121,538	52,816	,000 <sup>b</sup>
	Residual	216,309	94	2,301		
	Total	824,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Pada tabel diatas diperoleh bahwa nilai F hitung =52,816 dengan tingkat probability (0,000<0,05). Setelah mengetahui besarnya F hitung, maka akan dibandingkan dengan F tabel.

Untuk mencari nilai F tabel maka memerlukan rumus:

$$k ; n-k$$

keterangan : k = jumlah variabel independent (bebas)

n = jumlah responden

jadi, F tabel = 5 ; 100-5

$$=5;95$$

Kemudian dicari pada distribusi nilai F tabel dan ditemukan nilai F tabel sebesar 2,31. Karena nilai F hitung 52,816 lebih besar dari nilai F tabel 2,31 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas X1, X2, X3, X4, dan X5 berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

#### 1) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh Ntangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Lion Parcel. Adapun determinan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

**Tabel 9. Uji  $R^2$** 

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,859 <sup>a</sup>	,737	,724	1,51696

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data SPSS 25 yang diolah, Tahun 2020

Dari perhitungan di atas diperoleh bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) = 0,737 atau 73,7%. Karena R square berkisar antara angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar R square maka semakin kuat variabelnya. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel sebesar 0,737 atau 73,7%. Sisanya sebesar 0,263 atau 26,3% dapat di jelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti faktor lokasi, harga, *brand image* dan lain-lain.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan seperti tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden penggunaan layanan jasa pengiriman Lion Parcel dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan SPSS versi 25.

### 1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *Tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen layanan jasa pengiriman Lion Parcel. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Tangible* dengan nilai T hitung sebesar 0,490 dengan nilai signifikan sebesar 0,625 lebih besar dari 0,05 (0,625>0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,027 yang artinya kualitas pelayanan bukti fisik dari Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wili Andri (2007) menyatakan bahwa *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan tidak terlalu memperhatikan gedung, tata ruang dan kerapian karyawan. Tetapi, hasil tidak sejalan dengan penelitian Somdari Nur (2007) yang menyatakan *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Bukti fisik atau *Tangible* merupakan fasilitas dan pelayanan fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk para pelanggannya. Bukti fisik yang diberikan kepada konsumen merupakan bentuk fasilitas yang ada dalam sebuah perusahaan tersebut, fasilitas yang menunjang kegiatan para pelanggan dan layanan kepada konsumen seperti tampilan dan interior bangunan Lion Parcel, peralatan yang digunakan serta kebersihan dan kerapian para pegawai sehingga dapat menghasilkan suatu bentuk timbal balik yang baik bagi Lion Parcel maupun pelanggannya. Karena suatu pelayanan tidak dapat dilihat, diraba dan dicium, akan tetapi dapat dirasakan sehingga aspek sarana fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Namun dalam hal ini variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, mungkin para pelanggan jasa Lion Parcel tidak terlalu memperhatikan tampilan gedung, tata ruang dan kerapian para pegawainya, akan tetapi pada variabel *Tangible* harus tetap ditingkatkan agar keinginan atau harapan pelanggan dapat terpenuhi.

Dengan demikian hipotesis pertama “bukti fisik/*tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan tidak diterima.

## **2. Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh reliability terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman Lion Parcel. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel Keandalan dengan nilai T hitung sebesar 0,217 dengan nilai signifikan sebesar 0,829 lebih besar dari 0,05 ( $0,829 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,012 yang artinya keandalan dari Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Somdani Nur (2007) yang menyatakan bahwa Reliability tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wili Andri (2007) yang menyatakan bahwa Reliability mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan cepatnya pelayanan, penanganan dan ketelitian yang diberikan karyawan.

Keandalan dalam kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya serta terletak pada pegawainya dimana dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari keandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, keandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan kemampuan yang mereka punya. Semakin tinggi keandalan yang ditunjukkan oleh pegawai, maka semakin tinggi pula prestasi kerjanya dan begitu pula sebaliknya. Sebagai contoh sebuah swalayan dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan apabila pegawai salah menghitung jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan.

Keandalan yang diberikan kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti pegawai dapat menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan dan ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan. Akan tetapi pada penelitian ini keandalan tidak begitu berpengaruh dengan kepuasan konsumen. Namun Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus tetap memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, dengan pengiriman paket yang dilakukan secara cepat dan tepat waktu.

Dengan demikian hipotesis kedua “keandalan atau reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan tidak diterima.

## **3. Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel responsiveness memiliki pengaruh negative dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan thitung sebesar -0,724 dengan nilai signifikan sebesar 0,471 lebih dari 0,05 ( $0,471 > 0,05$ ) dan koefisien regresi sebesar -0,039. Hal ini menunjukkan bahwa variabel responsiveness tidak ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dinyatakan oleh Somdari Nur (2007) bahwa Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Wili Andri (2007) menyatakan Responsiveness mempunyai pengaruh positif dengan hasil yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menangani transaksi, penanganan antrian dan penyampaian informasi oleh karyawan kepada konsumen agar merasa puas.

Daya tanggap merupakan respon atau kesiapan para pegawai dalam membantu pelanggannya dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Perusahaan harus memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pelanggan sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri, bisa saja pelanggan akan menggunakan atau memakai jasanya kembali atau bahkan pelanggan baru akan bertambah karena mendapatkan rekomendasi dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa tersebut sebelumnya.

Daya tanggap kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada pengiriman barang. Ada hal yang sering membuat para pelanggan kecewa, diantaranya pelanggan sering di ping-pong pada saat membutuhkan informasi yaitu dengan di oper dari operator ke staf yang lain. Akan tetapi pada penelitian ini daya tanggap terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun pada variabel daya tanggap harus tetap ditingkatkan agar keinginan maupun harapan pelanggan dapat terpenuhi.

Dengan demikian hipotesis ketiga “daya tanggap atau responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan tidak diterima.

#### **4. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t untuk variabel Assurance dengan t hitung sebesar 8,024 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,965.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wili Andri (2007) yang menyatakan bahwa jaminan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif yang signifikan dengan mementingkan keamanan dan keselamatan akan barang yang merupakan tanggung jawab pihak perusahaan, sehingga pelanggan merasa puas. Somdari Nur (2007) menyatakan bahwa Assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Assurance atau jaminan merupakan kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menenangkan rasa percaya pada pelanggannya serta bersikap sopan terhadap pelanggan, ini jelas dapat menimbulkan rasa percaya diri konsumen serta menjadi tolak ukur konsumen memilih dan puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga membuat konsumen merasa percaya dan aman ketika mengirimkan suatu barang dengan menggunakan jasa pengiriman ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa memberikan jaminan dari penyedia jasa layanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan memberikan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.

Jaminan merupakan sebuah resiko yang harus diambil oleh sebuah perusahaan untuk menghindari resiko yang lebih besar yang mungkin akan terjadi dimasa mendatang dimana perusahaan memberikan jaminan kepada pelanggannya agar pelanggan percaya dengan perusahaan tersebut semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika sebaliknya persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah dalam hal ini Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus lebih meningkatkan lagi mengenai keramahan, kesopanan dan jaminan terhadap barang-barang yang akan dikirimkan sehingga konsumen akan tetap terus berlangganan menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Dengan demikian hipotesis keempat “jaminan atau assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

## **5. Pengaruh Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel emphaty memiliki pengaruh negative dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan thitung sebesar -0,995 dengan nilai signifikan sebesar 0,322 lebih dari 0,05 ( $0,322 > 0,05$ ) dan koefisien regresi sebesar -0,121 yang artinya variabel emphaty tidak ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Somdani Nur (2007) yang menyatakan bahwa Emphaty tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Wili Andri (2007) menyatakan antara Emphaty dan kepuasan pelanggan tidak mempunyai pengaruh signifikan yang artinya perhatian yang diberikan oleh perusahaan tidak begitu berpengaruh terhadap pelanggan.

Dalam setiap pelayanan yang dilakukan sangat diperlukan adanya kehadiran empati atau kepedulian terhadap segala hal didalamnya. Komunikasi yang terjalin antara pelanggan dengan perusahaan sangat penting, dengan adanya komunikasi yang baik maka sebuah perusahaan akan dengan cepat tahu keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Terciptanya komunikasi yang baik antara pegawai dengan konsumen serta pegawai yang peduli dengan keluhan para pelanggan akan memberikan perasaan puas terhadap layanan yang diberikan namun pelanggan juga harus mengerti dan memahami dengan berbagai kondisi yang ada dalam perusahaan dengan tidak memaksakan kehendak yang berlebihan sehingga tercipta hubungan yang saling mengerti antar perusahaan dan pelanggan.

Kepedulian kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti mengutamakan kepentingan konsumen, mendengarkan keluhan dan keinginan serta dapat berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen. Akan tetapi pada penelitian ini kepedulian terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun pada variabel kepedulian harus tetap ditingkatkan agar keinginan maupun harapan pelanggan dapat terpenuhi.

Dengan demikian hipotesis kelima “Emphaty atau kepedulian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” dinyatakan tidak diterima.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan ekspedisi Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko meliputi variabel Tangible, variabel Reliability, variabel Responsiveness, variabel Assurance, dan variabel Emphaty terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Tangible atau bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan ekspedisi tersebut.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Reliability atau kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan ekspedisi tersebut.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Responsiveness atau daya tanggap mempunyai pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan ekspedisi tersebut.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Assurance atau jaminan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya assurance dapat menjadi salah satu alasan utama dalam menentukan kepuasan konsumen.
5. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Emphaty atau Kepedulian mempunyai pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan ekspedisi tersebut.

### **Saran-saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran-saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko sebagai berikut:

1. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya sehingga para pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia (loyal) . maka sebaiknya Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko perlu memberikan pelayanan yang baik dari segi kualitas fisik (Tangible) Lion Parcel seperti membuat gedung

- yang lebih bagus dan menarik sesuai ciri khas Lion Parcel, bersih, serta menyediakan arena parkir yang lebih luas.
2. Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus memberikan pelayanan yang baik pada variabel kehandalan (Reliability), dari segi kualitas kehandalan memberikan pelayanan secara maksimal serta pengiriman paket yang dilakukan secara tepat waktu dan sesuai.
  3. Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus memberikan pelayanan yang baik pada variabel daya tanggap (Responsiveness), dari segi kualitas daya tanggap pihak Lion Parcel harus memberikan informasi yang jelas padat dan bersedia memberikan solusi terhadap keluhan konsumen.
  4. Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adanya pengaruh dari variabel jaminan, ini menunjukkan bahwa pihak Lion Parcel dalam memberikan layanan berupa keamanan dan keselamatan akan barang memberikan kepuasan kepada para pelanggan, maka diharapkan pihak Lion Parcel dapat terus mempertahankan kualitas yang ada saat ini selain itu perlu ditingkatkan dan dipertahankan keramahan para pegawai, karena sikap pegawai yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan.
  5. Lion Parcel Cabang Pelaihari CV. Riko harus memberikan pelayanan yang baik pada variabel daya tanggap (Empathy), Dari segi kualitas kepedulian, pihak Lion Parcel tetap menerima masukan dan keluhan dari para konsumen ketika mengalami masalah terhadap barang yang dikirim atau yang diterima serta sabar dalam menghadapi keluhan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Goetsch, D.L & Davis, S, 1994** Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc. p.4
- Hessel Nogi S. Tangkilisan**, Manajemen Publik, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), h.208
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra**, Service, Citra wisata dan Satisfaction, (Jakarta: Andi, 2005), h. 349
- Duwi Prayatno**, SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat, (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24
- Ridwan**, Rumus dan Data dalam Analisis Statistik, (Bandung : Alfabeta, 2007), h.54
- Nur Aswawi dan Masyhuri**, Metodologi Riset Manajemen Pemasaran, (UIN-Malang: UIN-Malang Press, 2009) h.194
- Syahrum dan Salim**, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Citapustaka Media, Bandung: 2012), h.39
- V.Wiratna Sujjarweni**, Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: PT.Pustaka Baru, 2014), h.65
- Suryani, Hendryadi**, Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 201.
- Imam Ghazali**, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012), h.9
- Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana** (ed.) Total Quality Management, (Yogyakarta: Andi Office, 1996), h.67.
- Buchari Alma**, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.287
- Bilson Simamora**, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta : PT.Gramedia Pusataka Utama, 2003), h.171
- Bayhaqi yuzza**. Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Management Analysis, (Jakarta : Journal Of Diponegoro, 2006), h.65
- Lupiyoadim R. 2014**. Manajemen Pemasaran Jasa.Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta
- Philip Kotler & Keller**, Manajemen Pemasaran, (13 ed.), (Jakarta: Airlangga, 2010), h.139
- Handi Irawan**, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2002), h.40
- Philip Kotler dan K.L, Keller**, Manajemen Pemasaran, (Jakarta : Penerbit Indeks, 2009), h.138-140
- Fandi Tjiptono**, Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga, (Yogyakarta: Andi Office, 2008), h. 24 & h. 34
- Valeri A. Zheithaml, Merry Jo Bitner & Dwayne D. Gremier**, Service Marketing (4ed), Amerika New York 10020: McGraw- Hill, 2006
- Handi Irawan**, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo (Gramedia), 2009 h. 59
- Kotler & Keller, K.L**, Managemen Pemasaran (13ed), (Jakarta : Erlangga, 2008)
- Wili Andri Merdian**, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus TIKI Yogyakarta", 2007
- Somdani Nur Hakim**, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Garuda Exspress Delivery Surakarta", 2007
- <http://web.lionparcel.com/>
- <https://www.pahlevi.net/pengertian-struktur-organisasi/>