
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN PELANGGAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Dian Arisanti

dian.arisanti@stiamak.ac.id

Lutfiani Nur Cahyani

STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya

ABSTRACT

The study aims to analyze the impact of service quality, customer expectations and company image on customer satisfaction in the PT Andalan Samudra. The type of data used in this study is quantitative. The population is the customer of PT Andalan Pacific Samudra with a total of 30 respondents that are customers. The sampling technique used by the researchers was saturated samplings, totaling 30 respondents. The data collection technique is done by spreading the questionnaire. The analytical technique used is double linear regression analysis. Before the data is analyzed, the data quality is tested using validity and reliability tests. The data analysis method used in this study is a descriptive method of respondents, providing a comprehensive overview of the respondent's description on the PT Andalan Samudra. The customer expectation variable has a significant influence on customer satisfaction, which indicates that the quality of service is not a major factor in improving customer content. The service quality variable does not have a significant impact on consumer satisfaction. The hypothesis that is supposed to have a partial influence on customer satisfaction is correct and acceptable. The data results show that the questionnaire items are valid and all variables are reliable..

Keywords: quality, expectation, image, customer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harapan pelanggan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pasifik Samudra. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasinya adalah pelanggan PT Andalan Pasifik Samudra berjumlah 30 responden yaitu pelanggan yang menggunakan jasa PT Andalan Pasifik Samudra. Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti adalah *sampling* jenuh, berjumlah 30 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data dianalisis, kualitas data diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif responden, dengan memberikan gambaran menyeluruh terhadap deskripsi responden pada PT Andalan Pasifik Samudra. Variabel harapan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanan bukan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis yang menyatakan bahwa diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah benar dan dapat diterima. Hasil olah data menunjukkan item kuesioner bersifat *valid* dan semua variabel bersifat *reliable*.

Kata kunci: kualitas, harapan, citra, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan bisnis saat ini sedang kompetitif, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang saat ini sedang mengembangkan perusahaannya, dari segi kualitas, pelayanan dan fasilitas yang membuat para pelanggan pun puas dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Namun terlepas dari itu semua, keberhasilan suatu perusahaan harus dilandasi dengan adanya strategi pemasaran dan manajemen yang baik sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin. Beberapa cara untuk meningkatkan strategi perusahaan adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, harapan pelanggan dan memperhatikan citra perusahaan.

Hal ini didukung oleh Arisanti *et al.*, (2020) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Belviyanto *et al.*, (2023), kualitas pelayanan merupakan sebagai tingkat keunggulan yang diinginkan dan usaha untuk mempertahankan kualitas untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Dengan pelayanan yang baik maka perusahaan akan dapat berkembang dengan baik sehingga pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan akan kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan (Arisanti *et al.*, 2020).

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi bagaimana kepuasan pelanggan, hal ini juga berdampak erat dengan kelangsungan bertahannya atau bertumbuhnya suatu perusahaan. Jaminan bahwa layanan yang mereka peroleh adalah benar dapat diterima dan dilakukan oleh personil yang berkualifikasi

atau ahli di bidangnya akan sangat memuaskan pelanggan. Ketika membandingkan efektivitas dari barang atau jasa yang diinginkan (Nursalim, 2022).

Kualitas pelayanan yang maksimal akan berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pelanggan, bahwa kepuasan pelanggan akibat pelayanan dapat menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Target utama PT Andalan Pacific Samudra dalam memberikan pelayanan jasanya adalah untuk memenuhi dan memuaskan pelanggan di perusahaan-perusahaan yang lain. Semakin banyak jumlah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan PT Andalan Pacific Samudra akan semakin menguntungkan perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang menggunakan jasa PT Andalan Pacific Samudra akan semakin besar peluang perusahaan meningkatkan keuntungan.

Salah satu ukuran bagi sebuah perusahaan untuk mencapai target pencapaian dari kinerja perusahaan yang telah ditetapkan merupakan bagian dari salah satu definisi dan pengertian *employee performance*. Hal ini karena *employee performance* merupakan hasil akhir dari *job desk* pekerjaan dan aktifitas kerja disuatu perusahaan yang dihasilkan oleh para karyawan (Nurmubin dan Rezeki, 2022).

Dengan adanya kualitas dan harapan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan suatu kepuasan tersendiri bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya atau dilayani, konsumen akan membandingkan serta memberikan suatu kritik atau saran dalam pelayanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan apabila konsumen merasa puas dengan suatu pelayanan, mereka akan kembali dengan menggunakan jasa kita. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan bagaimana pentingnya kualitas suatu pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan yang baik.

Citra perusahaan menurut Arisanti *et al.*, (2022) adalah kesan suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayak-

nya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman. Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

Perusahaan juga memerlukan suatu strategi yang bagus untuk memperoleh kepuasan dari konsumennya. Salah satu cara yang tepat untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen adalah dengan memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik serta dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan merasakan puas karena jasa perusahaan. Kualitas dan harapan pelanggan menjadi hal yang berguna bagi perusahaan karena itu dapat mempengaruhi citra perusahaan. Meningkatnya atau menurunnya pelanggan sehingga dapat berpengaruh ke keuntungan perusahaan.

PT Andalan Pacific Samudra merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang *freight forwarder*, perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang mendapat pengiriman dari luar negeri. Memahami adanya perusahaan kompetitor yang baru, perusahaan sigap dalam menentukan manajemennya untuk mengatur strategi agar tidak terjadi kalah saing, sehingga perusahaan bisa meningkatkan kualitasnya.

Berdasarkan hal tersebut, analisis permasalahan pada perusahaan yaitu diasumsikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; harapan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; Kualitas pelayanan, harapan pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Andalan Pacific Samudra. Sehingga tujuan dari riset ini adalah untuk menganalisis antar variabel-variabel tersebut.

TINJAUAN TEORITIS

Berisi uraian tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang menjadi landasan

pengembangan hipotesis (bila ada) dan model penelitian.

Kualitas Pelayanan

Menurut Efendi *et al.*, (2021) bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencari data mengenai kualitas pelayanan adalah dengan mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas layanan. Beberapa dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan adalah (1) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (2) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap. (3) Empati (*Empathy*), ini termasuk mempertahankan untuk memberikan sejumlah perhatian individual atau pribadi kepada pelanggan. (4) Bukti Fisik (*Tangible*), yakni terdiri dari fasilitas fisik, mesin, atau persediaan, biaya, serta konten pakaian dan tulisan.

Cara konsumen atau pelanggan dalam menilai dimensi kualitas jasa di bidang jasa adalah keandalan. Janji ditepati sesuai dengan kinerja yang seharusnya, seperti produktivitas, kualitas layanan yang memenuhi standar yang ada, ketepatan waktu, layanan yang akurat.

Harapan Pelanggan

Communications by The Service Provider

Menurut Nursalim (2022), para penyedia jasa akan terjadi persaingan antar penyedia jasa untuk memasarkan penawarannya kepada pelanggan. Memberi janji iklan dan media lainnya adalah salah satunya. Nantinya, janji-janji tersebut akan menyebabkan konsumen mengembangkan ekspektasi.

Price Paid

Semakin besar harapan konsumen pembayaran untuk menerima layanan yang lebih baik meningkat karena pengeluaran uang mereka meningkat relatif terhadap pengeluaran uang mereka dalam jumlah sedang.

Past Experience

Jika seorang pelanggan pernah menerima pelayanan yang memuaskan dari suatu

bisnis, mereka akan mengantisipasi pengalaman serupa jika mereka menggunakan layanan yang sama di masa depan.

Similiar Experience

Jika pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima, mereka akan merekomendasikan layanan kepada teman dan keluarga mereka dengan harapan orang lain akan memiliki pengalaman serupa.

Citra Perusahaan

Menurut Saputra (2020), citra perusahaan dibagi 4 yaitu sebagai berikut: (1) *Advertising* ketertarikan pelanggan terhadap kegiatan periklanan yang dilakukan oleh perusahaan. (2) *Public Relation*, yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk membangun citra perusahaan (3) *Physical image*, yaitu pesan pelanggan terhadap segala bentuk fisik dalam meningkatkan citra perusahaan (4) *Actual experience*, yaitu semua kondisi atau aktivitas yang dirasakan oleh pelanggan ketika merasakan pelayanan di perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Cahyani dan Sitohang (2016), bentuk kepuasan pelanggan sebagai berikut: (1) Kesesuaian harapan adalah sejauh mana penyampaian jasa memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. (2) Minat berkunjung

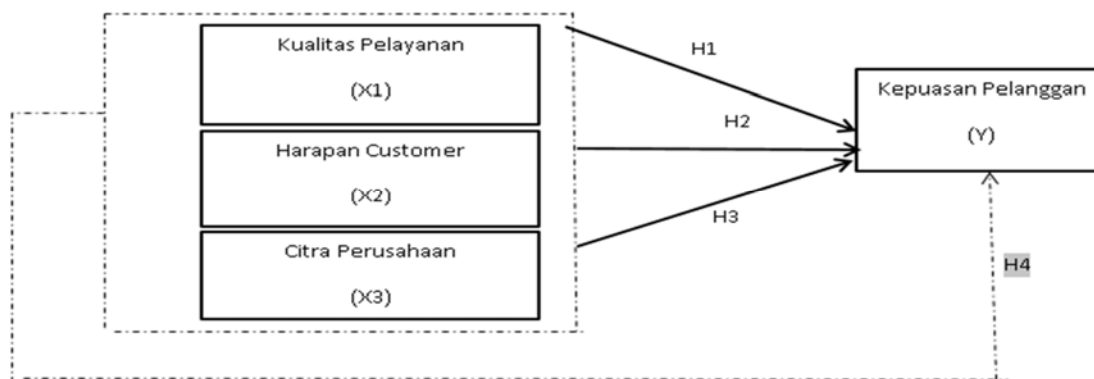
kembali adalah kemungkinan bahwa pelanggan akan kembali atau menggunakan layanan kesediaan merekomendasi adalah kesediaan klien untuk menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pelayanan yang diterimanya. (3) Kesediaan merekomendasi yaitu kesediaan klien untuk menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pelayanan yang diterimanya.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan mencoba untuk menilai dampak kualitas pelayanan, harapan pelanggan, citra perusahaan pada kerangka berikut berdasarkan kerangka ini, yang didasarkan pada teori saat ini dan penelitian empiris. Kerangka kerja ini akan digunakan untuk menguji teori yang menjadi dasar penelitian ini, yang didasarkan pada teori yang ada dan bukti empiris yaitu analisis kualitas pelayanan, harapan pelanggan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dengan kerangka konseptual pada gambar 1.

Hipotesis

Hipotesis, menurut Sugiyono (2017), merupakan solusi sementara dari rumusan masalah. Sangat penting untuk menggunakan fakta empiris yang dikumpulkan untuk menunjukkan kebenaran karena itu masih bersifat sementara.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Berikut ini adalah hipotesis yang direncanakan penulis:

- H₁ : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra
 H₂ : Diduga harapan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra
 H₃ : Diduga citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra

Hubungan Antar Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan efek positif untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan bagi bisnisnya, begitu juga sebaliknya sehingga jika salah satu berubah maka yang lain akan mengikuti perubahan tersebut (Putri, 2014).

Pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Harapan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan konsumen atas merek/jenis produk atau jasa yang akan dibeli. Selama konsumsi dapat dipengaruhi berupa sikap petugas pelayanan, pelanggan dan peralatan. Pada tahap pasca, harapan dari dasar evaluasi kepuasan dikutip dalam (Ilham, 2021).

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Citra perusahaan berpengaruh terhadap keterkaitan kualitas pelayanan, harapan pelanggan, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Arisanti *et al.*, (2020) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis riset adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif dilakukan dengan menelaah data berupa variabel angka (skor, nilai), atau pernyataan pernyataan yang dinilai dan dia-

nalisis dengan analisis statistik, yang biasanya dimulai dari suatu teori dan kemudian diselidiki, menghasilkan data, kemudian dibahas, dan ditarik kesimpulan. Penelitian ini dilakukan di PT Andalan Pacific Samudra dalam jangka waktu bulan April hingga Juni 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah 30 pelanggan PT Andalan Pacific Samudra. Data yang digunakan yaitu diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2017) sampel jenuh apabila dalam pengambilan sampel dengan jumlah populasi yang relatif kecil. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 orang dari pelanggan PT Andalan Pacific Samudra.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

Analisis deskriptif responden adalah penggambaran analisis pengisian kuisisioner dalam hal ini penilaian atas pengisian responden yang telah dilakukan. Deskripsi data independen dan dependen.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan dengan koefisien korelasi yang nilai *alpha* sebanyak 5% (*Level of signifinance*) membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel untuk *degree of freedom* (*df*) = *n*-2. Hasil *r* hitung > *r* tabel = *valid* (nilai *r* positif). Hasil *r* hitung < *r* tabel = tidak *valid*. Berikut di bawah ini adalah hasil uji validitas kualitas pelayanan (X1), seperti pada tabel 1.

Hasil uji validitas harapan pelanggan (X2), ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN	1	0,697	0,306	Valid
	2	0,862	0,306	Valid
	3	0,840	0,306	Valid
	4	0,564	0,306	Valid
	5	0,654	0,306	Valid
	6	0,582	0,306	Valid

Sumber: Data peneliti, 2023

Tabel 2
Hasil Uji Validitas variabel Harapan Pelanggan (X2)

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
HARAPAN PELANGGAN	1	0,560	0,306	Valid
	2	0,647	0,306	Valid
	3	0,546	0,306	Valid
	4	0,604	0,306	Valid
	5	0,819	0,306	Valid

Sumber: Data peneliti, 2023

Tabel 3
Hasil Uji Validitas variabel Citra Perusahaan (X3)

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
CITRA PERUSAHAAN	1	0,877	0,306	Valid
	2	0,761	0,306	Valid
	3	0,671	0,306	Valid
	4	0,822	0,306	Valid
	5	0,704	0,306	Valid
	6	0,727	0,306	Valid
	7	0,678	0,306	Valid
	8	0,451	0,306	Valid

Sumber: Data peneliti, 2023

Pada tabel 2, bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat 5 pertanyaan kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel harapan pelanggan bisa dinyatakan *valid* dan bisa dijadikan sebagai penelitian. Hasil uji validitas citra perusahaan (X3), dapat dilihat pada tabel 3.

Pada tabel 3, dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat 8 perta-

nyaan kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel citra perusahaan bisa dinyatakan *valid* dan bisa dijadikan sebagai penelitian. Hasil uji validitas kepuasan pelanggan (Y), ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
KEPUASAN PELANGGAN	1	0,608	0,306	Valid
	2	0,715	0,306	Valid
	3	0,700	0,306	Valid
	4	0,743	0,306	Valid
	5	0,745	0,306	Valid
	6	0,779	0,306	Valid

Sumber: Data peneliti, 2023

Pada Tabel 4, dijelaskan bahwa kualitas pelayanan terdapat 6 pertanyaan kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel, sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan bisa dinyatakan *valid* dan bisa dijadikan sebagai penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2018).

Tabel 5
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,777	6
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	5
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,851	8
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,795	6

Sumber: Data peneliti, 2023

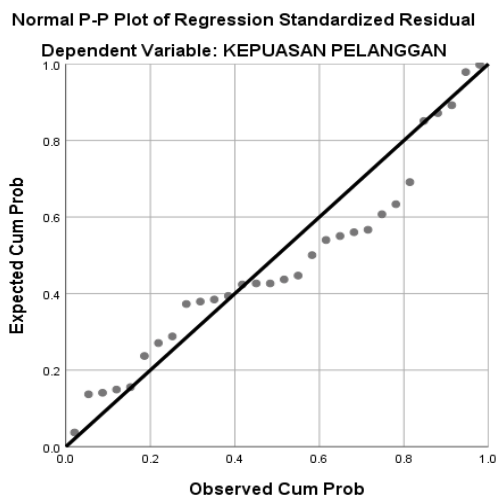
Hasil uji reliabilitas dari variabel yang diteliti, ditunjukkan pada tabel 5.

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan (X2), harapan pelanggan (X2), citra perusahaan (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) terlihat > dari 0,6 dari pertanyaan di atas bisa diambil kesimpulan data dari variabel independen dan variabel dependen telah reliabel yang artinya bahwa kuesioner bisa digunakan didalam penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari *Kolmogorov-Smirnov*. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05. Dasar pengambilan dengan menggunakan normal *probability plot* (Ghozali, 2018). Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar 1 menunjukkan hasil uji normalitas bahwa

penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis lurus, maka model tersebut memenuhi normalitas yang benar.



Gambar 2
Uji Normalitas

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Tabel 6
Hasil Uji Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,98692527
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.091
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Data peneliti, 2023

Hasil dari uji normalitas pada gambar 2, dapat dijelaskan bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafiknya tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Peneliti tidak menggunakan uji grafik saja melainkan menggunakan uji statistik juga

salah satunya dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov*. Jika hasil nilai > 0,05, maka bisa dikatakan bahwa residual berdistribusi normal. Hasil ujiannya bisa dilihat pada tabel 6.

Berdasarkan tabel 6, dapat dijelaskan bahwa hasil nilai *kolmogorov-smirnov* 0,116 dengan tingkat signifikannya 0,200 di sini menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena tingkat signifikannya berada di >0,05.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya homo/heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot*. Ciri adanya heteroskedastisitas adalah adanya pola titik-titik tertentu yang teratur, begitu juga sebaliknya, jika tidak ada pola titik-titik tertentu yang teratur (menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y) maka hal itu menandakan terjadi homoskedastisitas. Hasil data dapat dilihat pada gambar 3 Uji Heterokedastisitas.

Pada gambar 3 dapat dijelaskan bahwa hasil uji heterokedastisitas titiknya menyebar secara rata ada yang di kiri, kanan, atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka bisa disimpulkan dari gambar di atas tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Multikolineraitas

Uji multikolineraitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas pada model regresi. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal atau memiliki koefisien korelasi yang tidak sama dengan nol terhadap variabel bebas lainnya.

Pengujian adanya multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF pada masing-masing variabel bebasnya (Ghozali, 2018). Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas. Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Di bawah ini adalah hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel 7.

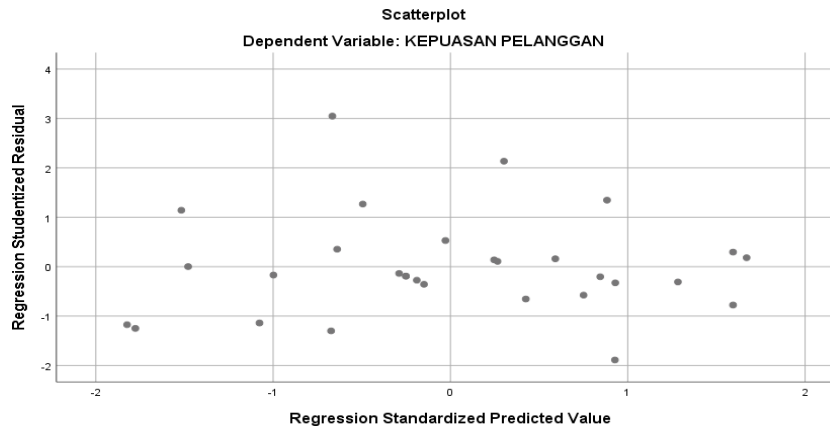
Dapat diketahui pada tabel 7, nilai *tolerance* semua variabel lebih dari $> 0,1$ dan nilai (*Variance Inflation Factor*) VIF kurang dari < 10 . Maka bisa diambil kesimpulan

bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas antar variabel bebas.

Tabel 7
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
X1	0,617	1,620
X2	0,397	2,516
X3	0,396	2,526

Sumber: Data peneliti, 2023



Gambar 3
Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Tabel 8
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.079	3.802		1.073
	KUALITAS PELAYANAN	-.105	.179	-.084	-.589
	HARAPAN PELANGGAN	.533	.220	.430	2.418
	CITRA PERUSAHAAN	.380	.136	.498	2.792

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	Sig.		Tolerance	VIF
1	(Constant)	.293		
	KUALITAS PELAYANAN	.561	.617	1.620
	HARAPAN PELANGGAN	.023	.397	2.516
	CITRA PERUSAHAAN	.010	.396	2.526

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa depan atau yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang untuk meminimaliskan kesalahan. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas digunakan persamaan regresi linier berganda (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 8.

Berdasarkan tabel 8, maka persamaan regresi yang berbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,079 + 0,105 (X1) + 0,533 (X2) + 0,380 (X3) + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (kualitas pelayanan)

a : Konstansta

b1,b2,b3 : Koefisien regresi²

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Harapan pelanggan

X3 : Citra perusahaan

e : *error* atau variabel pengganggu.

Dari persamaan tersebut bisa dijelaskan bahwa: (1) Jika nilai dari variabel kualitas pelayanan, harapan pelanggan dan citra perusahaan mempunyai nilai atau angka 0, maka variabel kualitas pelayanan akan tetap dengan nilai sebesar 4,079, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 4,079. (2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,105 memiliki arah negatif hal ini mengartikan bahwa siap peningkatan kualitas pelayanan (X1) sebesar 1 kali sehingga. Kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,105 dengan

asumsi variabel lain yang konstan, (3) Pada nilai koefisien harapan pelanggan (X2) sebesar 0,533 menunjukkan bahwasannya variabel harapan pelanggan (X2) memiliki hubungan yang positif atau baik terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). diartikan setiap ada kenaikan 1% pada variabel kualitas pelayanan, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,533. (4) Pada nilai koefisien citra perusahaan (X3) sebesar 0,380 menunjukkan bahwasannya variabel citra perusahaan (X3) memiliki hubungan yang positif atau baik terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Diartikan setiap ada kenaikan 1% pada variabel harapan pelanggan, maka akan terjadi sebesar 0,380 pada variabel kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini adalah kualitas pelayanan (X1), harapan pelanggan (X2), citra perusahaan (X3) secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil dari uji f itu sendiri ternyata variabel independen kualitas pelayanan (X1), harapan pelanggan (X2) dan citra perusahaan (X3) secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil pada tabel di bawah ini yang menyebutkan bahwa nilai signifikan f hitung berjumlah 17.842 lebih besar dari f tabel 3.34 dan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05, artinya *valid*, seperti ditunjukkan pada tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.331	3	73.110	17.842	.000 ^b
	Residual	106.536	26	4.098		
	Total	325.867	29			

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Tabel 10
Hasil Uji T

Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.079	3.802		1.073
	KUALITAS PELAYANAN	-.105	.179	-.084	-.589
	HARAPAN PELANGGAN	.533	.220	.430	2.418
	CITRA PERUSAHAAN	.380	.136	.498	2.792
Model					Sig.
1	(Constant)				.293
	KUALITAS PELAYANAN				.561
	HARAPAN PELANGGAN				.023
	CITRA PERUSAHAAN				.010

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Tabel 11
Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.673	.635	2.02424

Sumber: Data peneliti diolah, 2023

Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil Uji T bisa dilihat secara detail pada tabel 10.

Dari hasil tabel 10, dapat disimpulkan bahwa (1) diketahui bahwa nilai T_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,589 lebih kecil dari nilai T_{tabel} 2,056 dan nilai sig 0,0561 yang lebih besar dari nilai sig 0,05. Dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Andalan Pacific Samudra. Artinya bahwa semakin bagus atau tidak kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (2) Variabel harapan pelanggan (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil T_{hitung} sebesar 2.418 lebih besar dari T_{tabel} 2.056 dan nilai signifikannya $0.023 < 0,05$. Artinya bahwa variabel harapan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuas-

an pelanggan. (3) Variabel citra perusahaan (X3) memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil T_{hitung} sebesar 2.792 lebih besar dari T_{tabel} 2.056 dan nilai signifikannya $0,010 < 0,05$. Artinya bahwa semakin baik citra perusahaan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi Berganda

Determinasi (*adjusted R²*) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai *adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Hal ini bisa dilihat melalui koefisien R dan R². Berikut ini hasil pengukuran koefisien berganda dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 11.

Berdasarkan tabel 11 bisa dilihat nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 0,635 yang artinya kualitas pelayanan (X1), harapan pelanggan (X2), citra perusahaan (X3) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap

kepuasan pelanggan (Y) pada PT APS sebesar 40% dan sisinya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra

Hipotesis Satu (H_1) pada hasil penelitian menyatakan bahwa tidak ditemukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dengan melakukan uji t (parsial) untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai thitung sebesar 0,589 dengan nilai signifikan sebesar 0,561 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi 0,105 yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga disepakati oleh peneliti sebelumnya Ronasih dan Widhiastuti (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra

Hipotesis kedua (H_2) berdasarkan hasil dari pengujian uji t atau parsial, diketahui bahwa variabel harapan pelanggan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai T_{hitung} 2,418 lebih besar dari T_{tabel} 2,056, dengan nilai signifikansi 0,023 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwasannya variabel harapan pelanggan (X_2) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra

Hipotesis ketiga (H_3) berdasarkan hasil pengujian uji t atau parsial, diketahui bahwa variabel citra perusahaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini bisa dibuktikan dengan

nilai T_{hitung} 2,792 lebih besar dari T_{tabel} 2,056, dengan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasannya variabel citra perusahaan (X_3) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel kinerja karyawan (Y) secara parsial.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah dan dianalisis oleh peneliti terkait "Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra". Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,0561 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan faktor utama meningkatnya kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra. Variabel harapan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,023 dengan hal itu hipotesis yang menyebutkan bahwa diduga bisa berpengaruh secara parsial bagi kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra terbukti kebenarannya dan dapat diterima. Variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu, 0,010 dengan hal itu hipotesis yang menyebutkan bahwa diduga bisa berpengaruh secara parsial bagi kepuasan pelanggan pada PT Andalan Pacific Samudra terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

Terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti kepada PT Andalan Pacific Samudra sebagai berikut: Perusahaan PT Andalan Pacific Samudra diharapkan dapat meningkatkan faktor kedisiplinan karyawannya seperti mengatur peraturan di kantor agar karyawan dapat bekerja dengan disiplin dan kinerja karyawan di perusahaan kembali meningkat; Diharapkan kepada seluruh karyawan untuk lebih *intens* untuk menjalin

komunikasi antar sesama karyawan sehingga kesulitan kesulitan dalam bekerja dan diatasi dengan komunikasi yang baik sesama karyawan; Diharapkan karyawan selalu meningkatkan citra perusahaan agar visi misi dan tujuan tercapai dengan sempurna dan pekerjaan lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Nursalim, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Expectation terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. WIN Surabaya. *Skripsi*. STIA Manajemen dan Kapalabuhan Barunawati Surabaya.
- Arisanti, D., Tridayanti, H., Suyono, J., dan Elisabeth, D. R. (2020). The Mediating Role of Employment Opportunities in Relationship with Brand Image on The Decision of Selecting Business Studies. *African International Conference on Industrial Engineering and Operational Management, Zimbabwe*: 7-10 Desember 2020, 2687-2697.
- Belviyanto, R., Haryati, R., dan Sunreni, S. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Iconix Grill end Suki Padang. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 1(4), 302-310.
- Cahyani, F. G., dan Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Efendi, R. T. J., Tridayanti, H., Suyono, J., Elisabeth, D. R., dan Arisanti, D. (2021). The Determinant Factors of Customer Loyalty: Service Quality and Customer Satisfaction. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 4(3), 396-404.
- Ilham, T. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Kesyahbandaran Kelas 1 Balikpapan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah A.R. Fachruddin (UNIMAR).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nurmubin, S. M., dan Rezeki, F. (2022). *Aspek-Aspek Permasalahan Kinerja Karyawan*. Bekasi: PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Putri, W. I. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Citra Perusahaan dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 141-149.
- Ronasih, M. Y., dan Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 5(1), 109-130.
- Saputra, Y. T. K. (2020). Persepsi Harga, Citra Merek terhadap Loyalitas Jasa Kurir J&T Mojoagung (Studi Kasus J&T Mojoagung). *Skripsi*. STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.