

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA FREIGHT FORWARDING
TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS EKSPORTIR
PT ANDALAN PACIFIC SAMUDRA SEMARANG**

**Erlina Dewi Kartika Sari, Riyadi, Saptianing
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang
Jl. Prof.H. Sudarto, SH, Tembalang, Semarang 50275, PO Box 6199/SMS**

ABSTRACT

This research was conducted at PT Andalan Pacific Samudra Semarang, a company engaged in the export import freight forwarding services which always tries to give satisfaction. So it is important for the company to build service quality and exporters' satisfaction to obtain trust with loyalty from exporters of PT Andalan Pacific Samudra Semarang. The purpose of this research are to find out the influence of freight forwarding service quality on exporters' satisfaction, the impact of trust with loyalty and how much that direct and indirect influence and its impact. The research sample were 34 exporters of PT Andalan Pacific Samudra Semarang as respondents. The method of analysis in this research were validity test, reliability test, t test, F test, path analysis test and the coefficient of determination. The method of collecting data are questionnaire and literature studies. The result of the path analysis showed that service quality, satisfaction, trust gave positive and significant effect on loyalty exporters. The results obtained from testing the hypothesis significant test, t test and F test, so we could conclude that service quality significant to satisfaction, trust and exporters' loyalty. From the results showed the value of the coefficient of determination was 0,845, indicating that the service quality, satisfaction, trust had the effect of 84,5% on loyalty exporters and the rest is influenced by other factors which were not examined.

Keywords: *Service Quality, Satisfaction, Trust, Loyalty Exporters*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan volume perdagangan tinggi sangat membutuhkan perusahaan jasa angkutan yang benar-benar dapat menunjang kegiatan ekspor komoditi. Dalam hal ini, *freight forwarder* sangat berperan sekali dalam aktivitas ekspor-impor yaitu sebagai alat/ perantara dalam pengiriman barang ekspor ke luar negeri.

PT Andalan Pacific Samudra merupakan salah satu perusahaan jasa yang menyediakan beberapa pelayanan jasa untuk memperlancar Perdagangan Internasional, salah satu pelayanan jasanya adalah *International Freight Forwarding* Segmentasi jasa *freight forwarding* dalam PT Andalan Pacific Samudra mulai melayani dari *door to door* (barang diantar dari tempat/gudang penjual. Jasa *freight forwarding* di PT Andalan Pacific Samudra meliputi pengumpulan muatan di suatu gudang tertentu, memantau pergerakan peti kemas selama dalam perjalanan kapal, menyampaikan pemberitahuan kedatangan kapal kepada buyer, serta berperan besar pada proses penagihan biaya tambang (*ocean freight*), bisa juga melakukan pengepakan barang, menyelenggarakan fumigasi, dan lain-lain.

Dalam data keluhan eksportir *freight forwarding* PT Andalan Pacific Samudra Semarang, ada beberapa kriteria keluhan yaitu roll over (tidak tepat waktu), keterlambatan pengiriman invoice, keterlambatan pengiriman dokumen, harga yang mahal dan kelonggaran pembayaran secara kredit. Dari kriteria diatas keluhan eksportir yang terbesar adalah pada keterlambatan pengiriman invoice.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* terhadap kepuasan eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* terhadap kepercayaan eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* terhadap loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- d. Untuk mengetahui dampak antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* dan kepuasan terhadap kepercayaan eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- e. Untuk mengetahui dampak antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* dan kepuasan terhadap loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- f. Untuk mengetahui dampak antara kualitas pelayanan jasa *freight forwarding* dan kepuasan terhadap kepercayaan dan loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 164) menyatakan kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.

Kotler dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 17) menyatakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 180) menyatakan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat

layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2000:82) menyatakan bahwa terdapat lima penentu kualitas layanan, yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*)
- b. Ketanggapan (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Empati (*empathy*)
- e. Bukti fisik (*tangible*)

Freight Forwarding

Susilo (2008 : 109) menyatakan “*Freight forwarder* adalah perusahaan jasa kepengurusan dokumen dan transportasi yang mengatasmamakan *shipper/ consignee* dan melaksanakan kegiatan rutinnnya seperti *stuffing/ unstuffing cargo*, penyimpanan/ pergudangan, mengatur *local transport*, melaksanakan pembayaran *ocean freight* dan sebagai mediator *shipper* dan *consignee* dengan pihak *shipping line* atau *airliner*.”

Suyono (2007 : 252) menyatakan “Peranan *freight forwarder* dalam ekspor-impor sangatlah besar, diantaranya adalah melaksanakan pengurusan prosedur dan formalitas dokumentasi yang dipersyaratkan oleh adanya peraturan-peraturan pemerintah negara ekspor, negara transit dan negara impor, melengkapi dokumen-dokumen yang berkaitan dengan *Letter of Credit, Certificate of Receipt, Bill of Lading, Sea Waybill, Air Waybill, House Bill of Lading, Delivery Order* dan sebagainya, dan menyelesaikan biaya-biaya yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan transportasi, penanganan muatan di pelabuhan/ gudang.”

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009 : 138) menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi,

pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. *Oxford Advanced Learner's Dictionary* yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, (2011 : 292) menyatakan *The good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen and the act of fulfilling a need or desire.*

Dari pendapat diatas, dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Menurut Lupiyoadi (2014:45) yang diukur dalam kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Terpenuhinya harapan konsumen
- b. Perasaan puas menggunakan jasa
- c. Kepuasan terhadap fasilitas
- d. Kepuasan terhadap peralatan

Kepercayaan

Jasfar (2005:167) menyatakan kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah untuk stakeholder.

Roter dalam tulisannya *“a new scale for the measurement of interpersonal trust”* yang dikutip oleh Jasfar (2005:164) menyatakan faktor yang sangat penting dalam mencapai efektivitas dalam organisasi sosial yang sangat kompleks adalah suatu keinginan untuk saling mempercayai di antara pihak-pihak yang mengadakan hubungan.

Morgan dan Hunt yang dikutip Jasfar (2005:166) menyatakan *“Trust exist, when one party has confidence in an exchange partners reliability and integrity”*

Pentingnya kepercayaan pelanggan (*trust*) sebagai salah satu faktor kunci dalam membina hubungan pemasaran (*marketing relationship*), terutama pada industri jasa

telah dikemukakan banyak penelitian yang dilakukan oleh penulis Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2013), yang mengemukakan “Dalam membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan komitmen merupakan dua unsur yang sangat penting artinya bagi para pelanggan.”

Menurut Doney dan Cannon dikutip oleh Kusmayadi (2007:68) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu:

- a. Kehandalan
- b. Kejujuran
- c. Kepedulian
- d. Kredibilitas

Loyalitas Eksportir

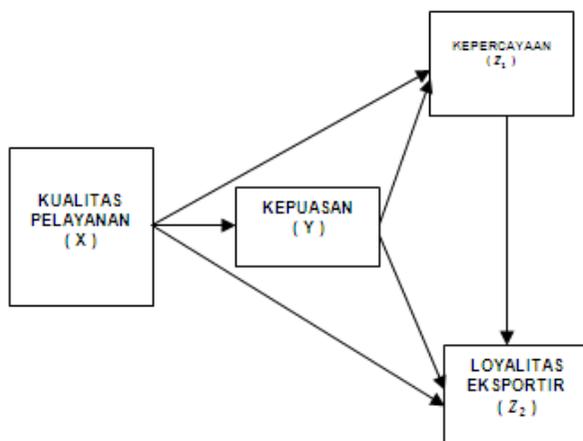
Sheth & Mittal yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:393) menyatakan “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercemin dalam pembelian ulang yang konsisten.”

Bendapudi & Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:393) menyatakan “Loyalitas pelanggan dalam pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.”

Indikator Loyalitas Pelanggan menurut Lupiyoadi (2008:17) sebagai berikut :

- a. Pembelian Ulang
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain
- c. Tidak niat pindah
- d. Membicarakan hal-hal positif

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2015

Hipotesis

a. Hipotesis Parsial

1) Hipotesis Nol (H_0)

- H_{01} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.
- H_{02} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan.
- H_{03} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir.
- H_{04} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan terhadap kepercayaan.
- H_{05} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas eksportir.
- H_{06} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.

2) Hipotesis Alternatif (H_a)

- H_{a1} : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.
- H_{a2} : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan.

H_{a3} : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir.

H_{a4} : Ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan terhadap kepercayaan.

H_{a5} : Ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas eksportir.

H_{a6} : Ada pengaruh secara signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.

b. Hipotesis Simultan

1) Hipotesis Nol (H_0)

- H_{07} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan jasa freight forwarding, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.
- H_{08} : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.

2) Hipotesis Alternatif (H_a)

- H_{a7} : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.
- H_{a8} : Ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas eksportir.

METODE PENELITIAN

Menurut Purwanto dan Dyah (2007: 37), "Populasi adalah semua individu/ unit-unit yang menjadi target penelitian". Simamora (2004: 193), "Populasi adalah sekumpulan satuan analisis yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Dengan bahasa yang teknis, populasi adalah keseluruhan orang, *event*, perusahaan, rumah sakit, toko, mahasiswa, dan lain-lain, yang berbagi sejumlah karakteristik bersama. Populasi dalam penelitian ini adalah Eksportir *Freight Forwarding* PT Andalan Pacific Samudra Semarang yang berjumlah 34 eksportir

Menurut Simamora (2004: 195), “*Sampling* adalah proses pemilihan satuan pengamatan atau (elemen) dalam jumlah yang cukup sebagai sampel dari populasi, sehingga dengan mempelajari sampel, maka kesimpulan-kesimpulan tentang sampel diharapkan menjadi kesimpulan-kesimpulan tentang populasi”. Menurut Purwanto dan Dyah (2007: 39), penelitian yang dilakukan terhadap seluruh populasi sering disebut sensus. Sensus dapat dilakukan dengan beberapa alasan yaitu, jumlah populasi relatif kecil, ada kemungkinan tingkat respon rendah dan tujuan penelitian akan dianalisis ke dalam sub group analisis secara lebih mendalam. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan sensus, sehingga perhitungan sampel sama dengan jumlah populasi. Jadi, sampel dalam yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 34 eksportir untuk mendapatkan hasil yang baik.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Daftar pertanyaan (*Questionnaire*) adalah suatu alat dalam setiap kegiatan pengumpulan data baik kualitatif maupun kuantitatif dari responden yang didalamnya mencakup semua pertanyaan yang apabila sudah diisi akan diperoleh relevan data (Dantes, 2012: 99). Kuesioner ini berupa pertanyaan tertutup dan terbuka, diberikan kepada responden secara langsung dan berisi tentang pernyataan mengenai variabel Kualitas Pelayanan Jasa Freight Forwarding, Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Eksportir PT. Andalan Pacific Samudra Semarang .

b. Observasi

Gall dkk memandang observasi sebagai suatu metode pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku dan lingkungan (sosial dan atau material) individu yang sedang diamati (Sutoyo, 2012:85-86).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi partisipan, karena peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari oleh objek yang diamati dalam kegiatan Praktek Kerja

Lapangan di PT Andalan Pacific Samudra Semarang sehingga dalam pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung mengenai kegiatan *freight forwarding* yang dilakukan di PT Andalan Pacific Samudra.

c. Studi Pustaka

Menurut Supardi (2005: 62) “Studi pustaka adalah kegiatan membaca, mencermati, mengenali dan mengurai bahan bacaan (pustaka).” Dalam metode ini, peneliti membaca, mengkaji serta mempelajari buku-buku dari Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang, Perpustakaan Daerah Semarang, serta buku-buku referensi dari sumber pustaka lain yang sesuai dengan materi Skripsi.

Metode Analisis

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahan suatu instrument. Suatu alat ukur dianggap sah (valid) apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Simamora 2004: 172).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Alat Ukur disebut handal (Reliabel) apabila dipergunakan untuk mengukur berulang-ulang kali dalam kondisi yang sama, akan menghasilkan data yang sama atau sedikit bervariasi (Simamora, 2004: 177).

c. Analisis Jalur

Menurut Pedhazur dalam Kerlinger dikutip oleh Widiyanto (2013), “Analisis jalur merupakan suatu bentuk terapan dari analisis multiregresi. Dalam analisis ini digunakan diagram jalur untuk membantu konseptualisasi masalah atau menguji hipotesis yang kompleks dan juga untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.”

d. Uji t

Uji t (Uji Parsial) adalah uji beda untuk mengetahui apakah rata-rata hitung antara dua kelompok sampel berbeda dengan signifikan atau tidak (Purwanto & Dyah, 2007: 156).

e. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata hitung data interval dan rasio lebih dari dua kelompok sampel (Purwanto & Dyah, 2007: 168).

f. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya (Purwanto & Dyah, 2007: 195).

g. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terdiri dari :

1) Multikolinieritas

Menurut Frisch dalam Purwanto dan Sulistyastuti (2007: 198) Suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna antara beberapa atau semua variable bebasnya.

Uji multikolinieritas menggunakan kriteria *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan:

- a) Bila $VIF > 5$ terdapat masalah multikolinieritas yang serius.
- b) Bila $VIF < 5$ tidak terdapat masalah multikolinieritas yang serius.

2) Heteroskedasitas

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2007: 199) Suatu Model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel dalam model tersebut tidak konstan

3) Normalitas

Menurut Sarjono dan Julianita (2013: 53) uji normalitas untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pengambilan keputusan uji normalitas pada penelitian ini menggunakan tabel P-Plot.

4) Linearitas

Linearitas bertujuan untuk menguji apakah data yang di olah sesuai dengan garis lurus atau tidak. Jika nilai sign pada deviation from linearity $> 0,05$ maka hubungan antar variabel adalah linier.

Jika nilai sign pada deviation from linearity $< 0,05$ maka hubungan antar variabel adalah tidak linier.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas angket penelitian untuk memastikan bahwa angket penelitian yang disebar telah valid dan reliabel sehingga data yang dihasilkan akurat.

Tabel 1
Uji Validitas

No.	Indikator/ Pernyataan Indikator	r hitung	Ketera ngan	
1.	Kualitas Pelayanan	X _{1,1}	0,633	VALID
2.		X _{1,2}	0,771	VALID
3.		X _{2,1}	0,565	VALID
4.		X _{2,2}	0,695	VALID
5.		X _{3,1}	0,816	VALID
6.		X _{3,2}	0,839	VALID
7.		X _{4,1}	0,609	VALID
8.		X _{4,2}	0,728	VALID
9.		X _{5,1}	0,499	VALID
10.		X _{5,2}	0,609	VALID
1.	Kepuasan	Y _{1,1}	0,490	VALID
2.		Y _{1,2}	0,650	VALID
3.		Y _{2,1}	0,724	VALID
4.		Y _{2,2}	0,575	VALID
5.		Y _{3,1}	0,663	VALID
6.		Y _{3,2}	0,582	VALID
7.		Y _{4,1}	0,413	VALID
8.		Y _{4,2}	0,588	VALID
1.	Kepercayaan	Z _{1,1}	0,829	VALID
2.		Z _{1,2}	0,761	VALID
3.		Z _{1,3}	0,577	VALID
4.		Z _{1,4}	0,374	VALID
5.		Z _{1,5}	0,761	VALID
6.		Z _{1,6}	0,850	VALID
7.		Z _{1,7}	0,546	VALID
8.		Z _{1,8}	0,731	VALID
1.	Loyalitas Eksportir	Z _{2,1}	0,892	VALID
2.		Z _{2,2}	0,761	VALID
3.		Z _{2,3}	0,551	VALID
4.		Z _{2,4}	0,561	VALID
5.		Z _{2,5}	0,843	VALID
6.		Z _{2,6}	0,453	VALID
7.		Z _{2,7}	0,528	VALID
8.		Z _{2,8}	0,580	VALID

Sumber: Data Penelitian diolah, 2015

Dari tabel 1 menunjukkan uji validitas dari seluruh variabel memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,3388. Sehingga dapat

dinyatakan bahwa seluruh variabel penelitian adalah valid

Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai pada kolom *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* >0.6, maka butir/variabel *reliabel*. Berikut hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Ket
1.	Kualitas Pelayanan (X)	0,765	Reliabel
2.	Kepuasan Eksportir (Y)	0,728	Reliabel
3.	Kepercayaan (Z1)	0,769	Reliabel
4.	Loyalitas Eksportir (Z2)	0,761	Reliabel

Dari tabel 2 disimpulkan bahwa pengujian reliabilitas dari seluruh variabel dapat dikatakan semua variabel reliabel / handal.

Uji t

Uji t yang digunakan adalah secara individu (parsial) yaitu pengujian terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas eksportir. Berikut hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikansi
Kualitas Pelayanan	3.921	2.042	0.000
Kepuasan	4.573		0.000
Kepercayaan	2.923		0.007

Dari tabel 3 nilai t_{hitung} dari seluruh variabel > t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, secara parsial kualitas pelayan,

kepuasan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas eksportir.

Uji F

Uji F digunakan dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas eksportir.

Tabel 4
Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
Budaya Organisasi, Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja	47,392	2,769	0,000

Dati tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga H_a diterima, yang artinya secara simultan kualitas pelayan, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas eksportir.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara variabel terhadap variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Berikut adalah ringkasan hasil estimasi regresi untuk koefisien determinasi.

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi

Variabel	Adjusted R ²
Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan	0,651
Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Kepercayaan	0,709
Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Eksportir	0,830

Dari Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan (Y), dan Kepercayaan (Z₁) memberikan kontribusi sebesar 83% terhadap Loyalitas eksportir (Z₂), sedangkan sisanya 17% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Tabel 6
Perhitungan Analisis Jalur

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal				Total
	Langsung	Tidak Langsung			
		Melalui Y	Melalui Z ₁	Melalui Y dan Z ₁	
X ₁ terhadap Y	0,300	-	-	-	0,300
X ₂ terhadap Y	0,143	-	-	-	0,143
X ₃ terhadap Y	0,438	-	-	-	0,438
X ₄ terhadap Y	0,558	-	-	-	0,558
X ₅ terhadap Y	0,470	-	-	-	0,470
X terhadap Y	0,382	-	-	-	0,382
X terhadap Z ₁	0,239	(0,382) x (0,094)	-	-	0,275
X terhadap Z ₂	0,323	(0,382) x (0,355)	(0,839) x (0,402)	(0,382) x (0,094) x (0,402)	0,810
Y terhadap Z ₁	0,094	-	-	-	0,094
Y terhadap Z ₂	0,355	-	(0,094) x (0,402)	-	0,393
Z ₁ terhadap Z ₂	0,402	-	-	-	0,402
e ₁	0,544	-	-	-	0,544
e ₂	0,522	-	-	-	0,522
e ₃	0,155	-	-	-	0,155

Dalam penelitian ini terdapat 3 persamaan struktural, yaitu:

$$\begin{aligned}
 \text{a. } Y &= P_{yx1} + P_{yx2} + P_{yx3} + P_{yx4} + P_{yx5} + p_y e_1 \\
 &= 0,300X_1 + 0,143X_2 + 0,438X_3 \\
 &\quad + 0,558X_4 - 0,470X_5 + 0,296 e_1
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{b. } Z_1 &= P_{xz1} + P_{yz1} + p_{z1} e_2 \\
 &= 0,239X + 0,094Y + 0,273 e_2 \\
 \text{c. } Z_2 &= P_{xz2} + P_{yz2} + P_{yZ_1Z_2} + p_{z2} e_3 \\
 &= 0,323X + 0,335Y + 0,402Z_1 + 0,155 e_3
 \end{aligned}$$

Pengaruh langsung variabel X terhadap Z₁ yaitu kualitas pelayanan terhadap kepercayaan sebesar 0,239. Pengaruh tidak langsung variabel X terhadap Z₁ melalui Y (kepuasan) sebesar 0,036, pengaruh total variabel X terhadap Z₁ adalah 0,275. Sehingga, besar pengaruh total kualitas pelayanan terhadap kepercayaan adalah 27,5%.

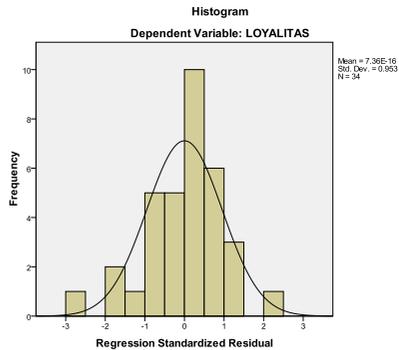
Pengaruh langsung variabel X terhadap Z₂ yaitu kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir sebesar 0,323. Pengaruh tidak langsung variabel X terhadap Z₂ melalui Y (kepuasan) sebesar 0,136. Pengaruh tidak langsung variabel X terhadap Z₂ melalui Z₁ (kepercayaan) sebesar 0,337. Pengaruh tidak langsung variabel X terhadap Z₂ melalui Y (kepuasan) dan Z₁ (kepercayaan) sebesar 0,014. Pengaruh total variabel X terhadap Z₂ = 0,810. Sehingga, besar pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir adalah 81% .

Pengaruh langsung variabel Y terhadap Z₂ yaitu kepuasan terhadap loyalita eksportir sebesar 0,355. Pengaruh tidak langsung variabel Y terhadap Z₂ melalui Z₁ (kepercayaan) sebesar 0,038, pengaruh total variabel Y terhadap Z₂ = 0,393. Sehingga, besar pengaruh total kepuasan terhadap loyalitas eksportir adalah 39,3% .

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dalam model regresi. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data pada penelitian terdistribusi secara normal atau tidak, pengujian dapat menggunakan histogram maupun P-Plot tes.

**Gambar 2
P-Plot Test**



Dari gambar 2, grafik histogram berada di tengah dan tidak cenderung ke kanan maupun ke kiri, sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya satu variabel atau lebih variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat ditentukan dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

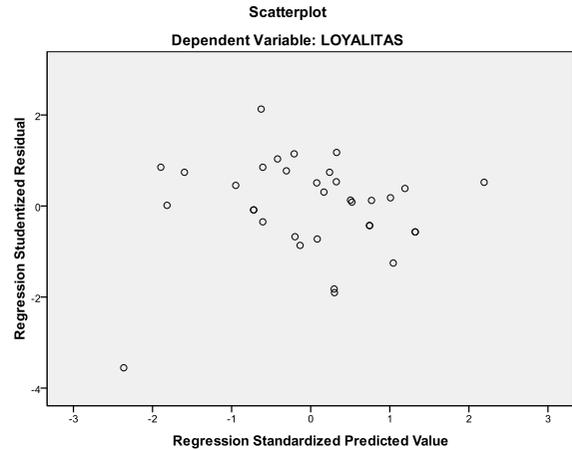
**Tabel 7
Uji Multikolinieritas**

Variabel	Statistik colinearitas	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0.279	3.587
Kepuasan	0.962	1.040
Kepercayaan	0.273	3.662

Dari tabel 7, dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas karena nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* < 5.

Uji Heterokedasitas digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

**Gambar 3
Scatterplot**



Dari gambar 3, dapat dilihat titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

Linearitas bertujuan untuk menguji apakah data yang di olah sesuai dengan garis lurus atau tidak.

**Tabel 8
Uji Linearitas**

			F	Sig.
kepuasan * kualitas pelayana n	Between Groups	(Combine d)	2.168	.071
		Linearity	3.566	.070
		Deviation from Linearity	1.935	.113
Within Groups				
Total				

Nilai sign pada deviation from linearity 0,113 > 0,05 maka hubungan antar variabel adalah linier.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel indeks variabel kualitas pelayanan, dapat disimpulkan perhitungan indeks variabel kualitas pelayanan sebesar 21,18. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian responden tentang kualitas pelayanan secara umum adalah sedang, dan merupakan perhitungan yang terendah dari 3 variabel lainnya sehingga PT Andalan Pacific

Samudra Semarang harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan nilai pengaruh yang terendah terhadap kepuasan yaitu ketanggapan dengan memberikan tanggapan yang lebih cepat dan serius terhadap keluhan-keluhan eksportir jasa *freight forwarding*, dan kemudian meningkatkan bukti fisik yang merupakan hasil terendah angka indeks variabel kualitas pelayanan dengan memperbaiki sistem informasi di PT Andalan Pacific Samudra Semarang yang telah dinilai mayoritas responden kurang memadai.

Berdasarkan uji koefisiensi determinasi, pada penelitian ini menggunakan R^2 yang disesuaikan. Nilai R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,830. Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan (Y), dan Kepercayaan (Z_1) memberikan kontribusi sebesar 83% terhadap Loyalitas eksportir (Z_2), sedangkan sisanya 17% ditentukan oleh variabel lain dari penelitian terdahulu, yaitu harga, keputusan pembelian dan citra perusahaan. Ini merupakan kontribusi terbesar dalam penelitian ini. Sehingga, diharapkan PT Andalan Pacific Samudra Semarang, benar-benar berkonsentrasi pada kualitas pelayanan, karena PT Andalan Pacific Samudra Semarang merupakan perusahaan jasa, maka kualitas pelayanan merupakan hal yang terpenting untuk mempengaruhi kepuasan eksportir sehingga memberikan dampak yang signifikan terhadap kepercayaan dan mempertahankan loyalitas eksportir pengguna jasa *freight forwarding* PT. Andalan Pacific Samudra Semarang.

Berdasarkan hasil analisis jalur, Pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir, dapat melalui 3 jalur, yaitu melalui kepuasan, kepercayaan, dan sekaligus melalui kepuasan dan kepercayaan, sehingga pengaruh total 0,810 atau 81% merupakan jumlah pengaruh yang terbesar di banding jumlah pengaruh lainnya, sehingga PT Andalan Pacific Samudra Semarang, harus benar-benar memberikan *excellent service* terhadap eksportir pengguna jasa *freight forwarding*,

karena secara langsung maupun tidak langsung, pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan memberikan dampak yang sangat besar terhadap kepercayaan dan loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- Dari hasil pengujian hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan eksportir pada Andalan Pacific Samudra Semarang.
- Dari hasil pengujian hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan eksportir pada Andalan Pacific Samudra Semarang.
- Dari hasil pengujian hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas eksportir pada PT Andalan Pacific Samudra Semarang.
- Dari hasil penelitian, ada dampak secara langsung dan dampak tidak langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap kepercayaan PT Andalan Pacific Samudra Semarang
- Dari hasil penelitian, ada dampak secara langsung dan dampak tidak langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang
- Dari hasil penelitian, ada dampak secara langsung dan dampak tidak langsung antara kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas eksportir PT Andalan Pacific Samudra Semarang

Saran

Dalam kualitas pelayanan, PT Andalan Pacific Samudra Semarang disarankan untuk memperbaiki sistem informasi jasa freight

forwarding yang digunakan di PT Andalan Pacific Samudra Semarang, sehingga dapat mempermudah melayani eksportir, karena mayoritas eksportir pengguna jasa freight forwarding PT Andalan Pacific Samudra Semarang menilai sistem informasi jasa freight forwarding PT Andalan Pacific Samudra Semarang rendah.

Dalam Kepuasan eksportir terhadap peralatan mayoritas eksportir pengguna jasa freight forwarding PT Andalan Pacific Samudra Semarang menilai sedang pada moda transportasi yang disediakan PT Andalan Pacific Samudra Semarang, hal ini karena PT Andalan Pacific Samudra Semarang mempunyai container yang terbatas sehingga PT Andalan Pacific Samudra Semarang membutuhkan waktu tambahan untuk menyewa container lain, dan tidak mempunyai vessel sendiri sehingga PT Andalan Pacific Samudra Semarang berpacu pada *schedule* pelayaran yang telah bekerja sama dengan PT Andalan Pacific Samudra Semarang sehingga terkadang *estimation time of arrival (eta)* dan *estimation time of departure (etd)* tidak sesuai dengan keinginan eksportir. Untuk kepuasan eksportir tersebut, disarankan PT Andalan Pacific Samudra Semarang menambah kuota container dan dalam jangka panjang mempunyai target untuk mempunyai vessel sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Komang. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Kepercayaan Serta Loyalitas Nasabah Jasa Raharja cabang Bali*.
- Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia-Indonesia.
- Khakim, Lukman. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima*. Jurnal Manajemen.
- Metayunika, Vidya. 2013. *Analisis Pengaruh kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) terhadap kepuasan konsumen PT. Bumen Redja Abadi*.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. 2011. *Analisis, Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purwanto, Agus dan Dyah Ratih Sulistyanti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Puti, Chitami Widya. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Prasetyo, Bangun Widiyanto. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Riduwan, Achmad Engkos. 2010. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Robert, W.Lucas. 2011. *Customer Service skills for success*. International: McGraw-Hill Higher Education.
- Sandjojo, Nidjo. 2011. *Metode Analisis Jalur (path anaysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Riset Bisnis dengan Analisis Jalur SPS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Susilo, Andi. 2008. *Buku Pintar Ekspor Impor: Manajemen Tata Laksana dan Transportasi Internasional*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- , 2009. *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Global Konteks Offline dan Online*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Zeithaml, Valarie dan Mary Jo Bitner. 2000.
*Services Marketing Integrating
Customer Focus Across the Firm.*
International: McGraw-Hill Higher
Education.