

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PT. TIKI LUBUKLINGGAU MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*

Lukman Hakim¹, Mutiara Rulan Sari²,

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, STMIK MUSIRAWAS, Lubuklinggau
e-mail: *¹lukmanhakim@stmik-muralinggau.ac.id, ²mutiarars29@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya[1]. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketak berwujudan yang berhubungan dengannya, apa yang melibatkan beberapa interksi dengan konsumen atau pelanggan dengan *property* dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan[2]. Hal yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen adalah mendengarkan suara konsumen sehingga perusahaan harus memperoleh umpan balik (*feed back*) beberapa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk kontrol dan ukuran keberhasilan suatu perusahaan itu sendiri, hal ini juga yang mengharuskan perusahaan untuk menyusun strategi dalam mengatasi pesaing agar menjadi pilihan utama pelanggan.

Kata Kunci : Analisis, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan

Abstract

Satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that comes from the compatibility between the impression of performance (results) a product with his hopes. Service is an activity that has several intangible elements associated with it, what involves several interactions with consumers or customers with property in their ownership, and does not result in ownership transfers. The thing that must be considered in providing services to consumers is listening to the voice of consumers so that the company must obtain feedback some consumer responses regarding facilities and infrastructure related to services provided to consumers for control and measures of success of a company itself, this also requires companies to develop strategies to overcome competition in order to become the primary choice of customers.

Keywords : Analysis, Customer Satisfaction, Service

I PENDAHULUAN

Kemajuan yang sangat pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan salah satu ciri modernisasi yang membuat para usaha berpikir lebih untuk mempunyai sebuah inovasi yang dapat membuat suatu perubahan dalam penyediaan pelayanan yang berhubungan dengan data, informasi serta barang dan jasa didalam proses keputusan pembelian. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan, salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan pada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Perusahaan dibidang pengiriman jasa bersaing antar produsen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Layanan yang ditawarkan pun bervariasi mulai dari menawarkan tujuan pengiriman barang keluar kota ada juga yang menawarkan ketujuan tertentu. Hal ini terjadi karena persaingan yang begitu ketat antar perusahaan, hal ini juga mengharuskan perusahaan menyusun kembali strategi untuk mengatasi persaingan agar menjadi pilihan utama pelanggan.

Perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman. Untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat tidaklah mudah. Memanfaatkan perilaku kepuasan pelanggan sendiri ini disebabkan oleh efek jangka panjang itu sendiri. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan faktor yang esensial bagi kegiatan bisnis[1].

Dengan adanya pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen itu sendiri, setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen itu sendiri akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli barang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk mengirimkan barang ditempat yang sama. Pelayanan merupakan setiap tindakan atas kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun[2]. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya, apa yang melibatkan beberapa interksi dengan konsumen atau pelanggan dengan *property* dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan [2]. Perubahan mungkin saja bisa terjadi dan pelayanan bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk [2].

Hal yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen adalah mendengarkan suara konsumen. Perusahaan harus melakukan untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) beberapa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk kontrol dan ukuran keberhasilan suatu perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan hal diatas, dapat dikatakan bahwa sebuah usaha jasa pengiriman barang haruslah mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, dimana pelayanan tersebut dijadikan sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha lainnya, sehingga mampu bertahan dalam persaingan yang ketat. Sebuah perusahaan jasa pengiriman barang jalur darat yang mempunyai keunggulan

bersaing pada kondisi banyaknya jumlah pelanggan.

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis

Analisis adalah penelitian yang sejak awal terjun kelapangan berinteraksi dengan latar dan orang (subjek) dalam rangka pengumpulan data [3]. Analisis merupakan suatu pencarian pola-pola dalam data, yaitu perilaku yang muncul, objek-objek, atau badan pengetahuan (*a body of knowledge*) [3]. Analisis merupakan suatu proses penyelidikan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material-material lain yang anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman anda sendiri tentang data dan memungkinkan anda untuk mempresentasikan apa yang telah ditemukan pada orang-orang lain [3]. Analisis meliputi mengerjakan data, mengorganisasinya, membaginya menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola mensintesisnya, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang anda laporkan [3].

2.2 Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya [1]. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan faktor yang esensial bagi kegiatan bisnis [1]. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya [1].

2.3 Pelayanan

Pelayanan merupakan setiap tindakan atas kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun [2].

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya, apa yang melibatkan beberapa interksi dengan konsumen atau pelanggan dengan *property* dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan [2]. Perubahan mungkin saja bisa terjadi dan pelayanan bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk [2].

2.4 Metode SERVQUAL (Service, Quality & Satisfaction)

Metode *SERVQUAL* (*Service, Quality & Satisfaction*) merupakan metode kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak diajukan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa [4]. Metode *SERVQUAL* merupakan sebuah metode yang umum dipakai untuk mengatur tingkat kualitas layanan pada bidang pemasaran dengan menemukan *gap* antara harapan dan persepsi penggunaan layanan [5].

Model *SERVQUAL* ada 5 dimensi pengukuran yang digunakan pada metode *SERVQUAL* [5], yaitu :

- a) *Reliability* (kehandalan), merujuk pada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
- b) *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
- c) *Assurance* (Jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
- d) *Emphaty* (Empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

Tangibles (Bukti Fisik), menggambarkan fasilitas fisik,

perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna [5].

2.5 SPSS

SPSS merupakan salah satu *software* analisis statistik yang cukup lengkap digunakan oleh penggunanya [6]. SPSS mempunyai 4 (empat) menu, hal yang dimaksud untuk memberikan *space* yang berbeda dalam proses mengerjakan analisis data dan menikmati hasil analisis [6].

III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data kuantitatif dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis data yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data [7]. Berbagai analisis yang sering digunakan untuk menggambarkan data diantaranya dari gambar data frekuensi, tabel, grafik, nilai maksimal dan nilai minimal, rata-rata, median, modus, deviasi standar (SD), varians, pengelompokan skor berdasarkan kuartil, desil, persentil, dan perhitungan analisis statistik lainnya yang bertujuan menggambarkan data yang dianalisis tanpa bertujuan melakukan generalisasi pada lingkup data yang lebih luas [7]. Analisis deskriptif bertugas untuk melakukan representasi obyektif mengenai gejala-gejala yang terdapat didalam masalah penelitian [2]. Representasi itu dilakukan dengan mendeskripsikan gejala-gejala sebagai data atau fakta sebagaimana adanya [2].

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang di ketahui [8].

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya [9].

3.2.2 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya [8].

3.2.3 Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan [9].

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan semua subjek atau responden yang menjadi sasaran penelitian [7].

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. TIKI Lubuklinggau. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti [8]. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel [8]. Sampel ialah sejumlah responden yang merupakan bagian dari populasi yang menjadi wakil pada penelitian [7].

Tabel 1. Kriteria Responden yang akan diuji

No	Sampel	Kriteria
1	Pengguna aplikasi PT. J&T Express Lubuklinggau dan JNE Express Kota Lubuklinggau	<ul style="list-style-type: none">- Sudah melakukan beberapa kali pengiriman barang menggunakan PT. TIKI Lubuklinggau.- Baru saja selesai melakukan pengiriman barang- Menggunakan aplikasi TIKI

		- Berdomisili Lubuklinggau	dikota	kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggannya.
--	--	----------------------------	--------	--

Dalam teknik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Populasi dalam peneliti ini adalah PT. TIKI Lubuklinggau yang diambil sebanyak 75 orang responden. Teknik pengambilan *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pengambilan tertentu [9]. *Sampling Purposive* adalah teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu [7]. Teknik ini mensyaratkan adanya kriteria tertentu yang akan digunakan dalam mengambil sampel [7]. Teknik ini mensyaratkan adanya kriteria tertentu yang akan digunakan dalam mengambil sampel [8].

4. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan tidak bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan adanya daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

3.4 Metode Pengembangan Analisis

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) menemukan adanya *overlapping* diantara beberapa dimensi. Pelanggan dalam melakukan penilaian terhadap kualitas jasa ada 5 (lima) dimensi yang perlu diperhatikan [10].

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesedihan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan

Tabel 2. Komponen variabel pelayanan jasa PT.TIKI Lubuklinggau

N o	Variabel	Isi
1	Kehandalan (<i>Realibility</i>)	PT. TIKI Lubuklinggau harus mampu memnuhi atau melaksnankan pelayanan aplikasi TIKI yang telah dijanjikan secara handal dan akurat, baik menyangkut ketepatan waktu pelayanan yang dijanjikan. Harga pengiriman barang pada aplikasi TIKI tidak berubah, dan sebagainya, sehingga pelanggan dapat merasakan pelayanan aplikasi TIKI Lubuklinggau memang benar bisa dipercaya
2	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Mencakup bagaimana tanggapan PT. TIKI Lubuklinggau atas keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang tidak atau

		kurang memuaskan melalui pelayanan aplikasi TIKI, tindakan atau pihak PT. TIKI Lubuklinggau terhadap keluhan-keluhan pelanggan tersebut, bagaimana bantuan para karyawan terhadap pelanggan yang menyampaikan keluhan, sikap dan tanggapan karyawan PT. TIKI Lubuklinggau ketika pelanggan menyampaikan saran-saran berkaitan dengan peningkatan pelayanan, serta upaya PT. TIKI Lubuklinggau dalam menanggapi berbagai keluhan atau saran-saran yang disampaikan pelanggan.	5	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Proses pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. TIKI Lubuklinggau terhadap pelanggan harus tampak atau secara fisik dapat dilihat dengan jelas mengenai aplikasi TIKI, <i>tool-toolls</i> yang ada, termasuk saluran-saluran komunikasi yang dipakai dalam pelaksanaan tersebut, sehingga pelanggan dapat mengetahui dan melihat dengan jelas bahkan dapat memberikan penilaian terhadap proses pelayanan yang dilaksanakan oleh layanan aplikasi TIKI Lubuklinggau.
3	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Mencakup penyediaan jasa, dalam memberikan pelayanan, keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan, kredibilitas PT. TIKI Lubuklinggau, jaminan keamanan atas pelayanan yang diberikan PT. TIKI Lubuklinggau pada aplikasi TIKI, serta tingkat kepercayaan pelayanan yang diberikan PT. TIKI Lubuklinggau terhadap pelanggannya.			
4	Empati (<i>Emphaty</i>)	Mencakup akses bagi pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, mekanisme komunikasi penyediaan jasa dengan pelanggan, usaha untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan, serta perhatian pihak PT. TIKI Lubuklinggau terhadap pelanggan.			

3.5 Analisis Kebutuhan dan Desain Analisis

Dalam penelitian ini, kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner *SERVQUAL*. Kuisisioner didesain berdasarkan skala *Likert* dan dirancang khusus untuk mengukur lima dimensi kualitas pelayanan, yakni : *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Empati), *Tangible* (Bukti Fisik).

Kuisisioner terdiri dari dua bagian utama dengan maksud mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta kesenjangan (*gap*) yang ada didalam model kualitas layanan. Responden diminta untuk memperkirakan tingkat harapan persepsi mereka terhadap layanan PT.TIKI Lubuklinggau berdasarkan lima skala *Likert* yang berkisar antara 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Ragu-Ragu), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju). Penyebaran dilakukan di PT.TIKI Lubuklinggau, lembaran kuisisioner hanya diperuntukan bagi sampel. Mengingat adanya berbagai perbedaan persepsi dan latar belakang responden maka pertanyaan tersebut harus

dibuat untuk dapat dimengerti dengan mudah oleh responden.

3.6 Instrumen Penelitian

Tabel 3. Indikator Penelitian Pelayanan

Variabel	Indikator
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan 2. Menyampaikan pelayanan secara benar ssejak pertama kali 3. Melacak keberadaan barang jika terjadi keterlambatan 4. Merasa aman pada layanan aplikasi 5. Proses layanan aplikasi
Daya Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian barang 2. Menyediakan petunjuk yang jelas dalam proses pengiriman barang melalui aplikasi TIKI 3. Mudah dalam menemukan <i>tools</i> atau menu yang diinginkan 4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan
Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang konsisten bersikap sopan 2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi 3. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai aplikasi 4. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan

Empati (<i>Emphaty</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan 2. Memberikan pemberitahuan jika loket tidak beroperasi 3. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan 4. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman 5. Memperoleh informasi pelayanan aplikasi dengan mudah
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional 2. Download aplikasi dengan mudah 3. Terdapat logo di loket dan paket barang 4. Warna maupun huruf yang jelas mudah dimengerti

Tabel 4. Indikator Penelitian Kepuasan

Indikator
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pilihan pada aplikasi warna maupun huruf 2. Mudah dalam mendownload aplikasi 3. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan 4. Penataan menu yang mudah dimengerti 5. Mudah dalam memperoleh informasi pada aplikasi 6. Informasi dan petunjuk pada aplikasi 7. Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan 8. Pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan 9. Melayani transaksi dengan cepat dan tepat 10. Layanan TI berbasis aplikasi 11. Menjamin ketepatan waktu aplikasi

12. Dapat menjamin tidak terjadinya kesalahan yang dapat merugikan pelanggan
13. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan
14. Agar tidak terjadi penundaan pelayanan aplikasi
15. Menjamin ketepatan waktu pengiriman

Untuk mengambil sampel penelitian, digunakan penelitian berupa daftar pertanyaan/ Pernyataan (kuisisioner) yang terdiri dari 22 pertanyaan/ pernyataan tentang kepentingan pelayanan dan 15 pernyataan/ pertanyaan tentang kepentingan kepuasan. Pertanyaan/ pernyataan tentang kinerja kualitas jasa pelayanan PT.TIKI Lubuklinggau.

3.7 Teknik Analisa Data

Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan PT.TIKI Lubuklinggau, dengan menggunakan skala *likert* yang akan menjadi tolak ukur dalam menentukan interval nilai rata-rata yakni seperti penjelasan dibawah ini

Tabel 5. Kepuasan Pelanggan

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Prof. Dr. Sugiyono 2013

Pada penelitian ini, jumlah bobot tertinggi untuk setiap indikator berjumlah 5 dan jumlah bobot terendah untuk setiap indikator berjumlah 1, maka interval setiap item adalah

$$I = \frac{Range}{\Sigma k} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Tabel 6. Nilai Interval Kepuasan Pelayanan PT.TIKI Lubuklinggau

No	Interval	Konversi
1	1 – 1,799	Sangat Tidak Setuju
2	1,8 – 2,599	Tidak Setuju
3	2,6 – 3,339	Ragu-Ragu
4	3,4 – 4,199	Setuju
5	4,2 – 5	Sangat Setuju

3.8 Metode Pengujian Analisis

3.8.1 Uji Validitas

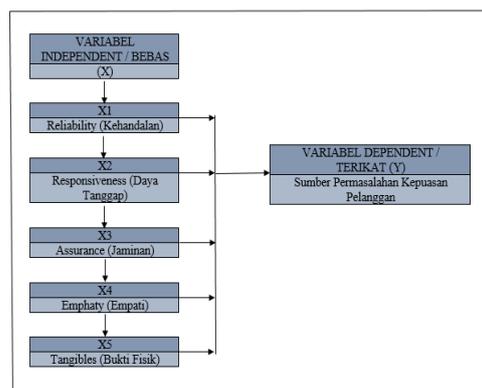
Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuisisioner [4]. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. [8]. Dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*, dihitung dengan skor total untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan tidak valid [4]. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > r tabel. Adapun perhitungan korelasi *product moment* dengan rumus berikut [8].

$$R_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{N \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan : r_{xy} = menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan [8].

Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuisisioner yaitu dengan

jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis r product moment. Tujuan dari uji validitas data adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pertanyaan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3.8.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk [4]. Reliabilitas mununjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik dan keteradalan, yang diusahakan dapat dipercaya adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya [8]. Uji reliabilitas ditunjukkan untuk menguji sejauh mana suatu hasil pengukuran diulang dua kali atau lebih [4]. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [11].

3.9 Rancangan Analisis

Dalam melakukan penelitian suatu rancangan analisis agar dapat membantu didalam menentukan indikator-indikator tiap variabel yang menjadi tolak ukur kuisisioner. Rancangan analisis ini diharapkan dapat memperlancar dan dapat mencapai sasaran sesuai dengan apa yang diinginkan sehingga dapat lebih mengarahkan pada akhir jalannya penelitian dan dapat menghasilkan penelitian yang cermat maka dibutuhkan kerangka konseptual kuisisioner seperti ditunjukkan pada penjelasan berikut :

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Responden penelitian adalah pelanggan PT.TIKI Lubuklinggau, responden sebanyak 75 orang pelanggan PT.TIKI Lubuklinggau.

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat dideskripsikan responden penelitian yang disajikan pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Deskripsi Responden

No	Deskripsi Responden	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki Laki	37	49.3%
	b. Perempuan	38	50.7%
	Jumlah	75	100.0%
2	Usia saat ini		
	a. < 20 tahun	21	28.0%
	b. 21 - 30 tahun	37	49.3%
	c. 31 - 40 tahun	15	20.0%
	d. 41 - 50 tahun	2	2.7%
	Jumlah	75	100.0%
3	Pekerjaan		
	a. PNS / BUMN	7	9.3%
	b. Mahasiswa / Pelajar	25	33.3%
	c. Wiraswasta	21	28.0%
	d. TNI / POLRI	2	2.7%
	e. Lain - lain	20	26.7%
	Jumlah	75	100.0%
4	Dari manakah anda tau PT. TIKI Lubuklinggau		
	a. Teman atau Keluarga	31	41.3%
	b. Tempat Kerja	15	20.0%
	c. Iklan (media cetak)	14	18.7%
	d. Lain - lain	15	20.0%
	Jumlah	75	100.0%

5	Sudah berapa kali anda menggunakan aplikasi TIKI Lubuklinggau		
a.	0 – 10 kali	41	54.7%
b.	11 – 20 kali	25	33.3%
c.	> 21 kali	9	12.0%
Jumlah		75	100.0%

Sumber: Hasil Kuesioner, data diolah 2018.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang (49,3%) dan responden perempuan sebanyak 38 orang (50,7%). Usia responden antara 21-30 tahun adalah terbanyak yaitu 37 orang (49,3%), disusul usia < 20 tahun sebanyak 21 orang (28,0%), umur antara 31-40 tahun sebanyak 15 orang (20,0%) dan yang paling sedikit yang umurnya 41 – 50 tahun yaitu 2 orang (2,7%).

Pekerjaan terbanyak mahasiswa / pelajar mencapai 33,3% dari seluruh jumlah responden dan Pekerjaan PNS / BUMN yaitu 9.3% dan TNI / POLRI yaitu 2,7% yang paling sedikit dari 75 responden. Pekerja yang memiliki pekerjaan lain –lain sebanyak 26,7% dan pekerjaan wiraswasta sebanyak 28,0%. Dari manakah anda tau PT.TIKI Lubuklinggau ditemukan yang memiliki persamaan yaitu iklan (media cetak) sebanyak 14 orang (18,7%) dan lain – lain sebanyak 15 orang (20,0%) dan lainnya adalah teman atau keluarga sebanyak 31 orang (41,3%) dan tempat kerja sebanyak 15 orang (20,0%). Dari banyaknya menggunakan aplikasi TIKI Lubuklinggau ditemukan sebanyak 41 orang 0 – 10 kali (54,7%), 11-20 sebanyak 25 orang (33,33%), > 20 sebanyak 9 orang (12,0%).

4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

4.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen

1. Variabel Kehandalan (*Reliability*)

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kehandalan (*Reliability*)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,337	0,227	Valid
2	0,512	0,227	Valid
3	0,281	0,227	Valid
4	0,593	0,227	Valid
5	0,316	0,227	Valid

Sumber: Hasil Kueisioner, data diolah 2018

2. Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,401	0,227	Valid
2	0,344	0,227	Valid
3	0,308	0,227	Valid
4	0,402	0,227	Valid

Sumber: Hasil Kueisioner, data diolah 2018.

3. Variabel Jaminan (*Assurance*)

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Jaminan (*Assurance*)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,298	0,227	Valid
2	0,360	0,227	Valid
3	0,445	0,227	Valid
4	0,416	0,227	Valid

Sumber: Hasil Kueisioner, data diolah 2018

4. Variabel Empati (*Emphaty*)

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Empati (*Emphaty*)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,286	0,227	Valid
2	0,474	0,227	Valid
3	0,328	0,227	Valid
4	0,484	0,227	Valid
5	0,427	0,227	Valid

Sumber: Hasil Kueisoner, data diolah 2018

5. Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Instrumen Bukti Fisik (*Tangibles*)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,444	0,227	Valid
2	0,404	0,227	Valid
3	0,303	0,227	Valid
4	0,507	0,227	Valid

Sumber: Hasil Kueisoner, data diolah 2018

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Dengan bantuan aplikasi SPSS 22, berikut adalah hasil hitung uji reliabilitas instrument penelitian:

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	r-tabel	Keterangan
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	0,635	0,227	Reliabel
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	0,527	0,227	Reliabel
Jaminan (<i>Assurance</i>)	0,555	0,227	Reliabel
Empati (<i>Emphaty</i>)	0,641	0,227	Reliabel
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	0,582	0,227	Reliabel

Sumber: Hasil Kueisoner, data diolah 2018

4.3 Pembahasan

Alat utama pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden sebanyak 75 orang pelanggan PT.TIKI Lubuklinggau. Sebelum digunakan dalam penelitian sebenarnya, instrument atau alat pengumpulan data diuji validitas dan reliabilitasnya dengan cara melakukan uji coba instrument di instansi yang berbeda. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrument adalah valid dan reliabel untuk digunakan pada penelitian sebenarnya.

Sebelum dianalisis untuk pengujian hipotesis, data yang terkumpul dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah data mengalami masalah normalitas dan linearitasnya. Berdasarkan hasil hitung ditemukan bahwa data tidak mengalami masalah pada normalitas dan linearitasnya. Dengan demikian, data dapat dilakukan analisis selanjutnya untuk menjawab identifikasi masalah yang telah ditetapkan.

Berikut adalah pembahasan masing-masing hasil analisis data untuk menjawab identifikasi masalah yang ditetapkan:

a. Belum pernah dilakukan pengukuran indikator-indikator tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan aplikasi TIKI Lubuklinggau sehingga mengakibatkan tidak tersedianya informasi yang nyata mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TIKI Lubuklinggau

setelah dilakukan penelitian dan melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TIKI Lubuklinggau dengan menggunakan 28 pertanyaan/ Pernyataan tentang kualitas pelayanan dan 15 pertanyaan/ Pernyataan tentang kepuasan pelanggan yang diberikan

kepada 75 pelanggan setia TIKI Lubuklinggau yang didominasi oleh oleh laki-laki kisaran umur 21 – 30 tahun berpendidikan terakhir SMA yang mempunyai pekerjaan saat ini sebagai mahasiswa/pelajar. Disini ada juga yang menggunakan jasa TIKI Lubuklinggau untuk kegiatan sampingan (belanja online) sehingga harus sering berkomunikasi dengan pihak TIKI Lubuklinggau mereka memiliki jawaban rata-rata setuju dan ragu-ragu untuk setiap variabel kualitas pelayanan (x) dan kepuasan pelanggan (y) sebesar (83,0%) sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan pelayanan TIKI Lubuklinggau sebesar 83,0%

b. Belum ada analisa tingkat kepuasan pelayanan kepada pelanggan TIKI Lubuklinggau sehingga mengakibatkan kurangnya informasi kepuasan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan

Untuk mengetahui bagaimana kinerja TIKI dapat memenuhi kepuasan pelanggan maka harus dilakukan berbagai penelitian sehingga dapat melihat respon yang diberikan oleh pelanggan. Respon yang baik dari pelanggan dapat memperbaiki tingkat kinerja karyawan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan TIKI Lubuklinggau. Melalui kuisioner dapat dilihat penilaian dari pelanggan mengenai kepuasan layanan dan kepuasan pelanggan dari TIKI Lubuklinggau.

I KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dari hasil analisis sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian dapat menyimpulkan bahwa. Berdasarkan dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dapat diketahui dari hasil pengolahan data

pada R Square dalam hasil hitung koefisien determinasi menunjukkan variabel pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), penampilan fisik (*Tangibels*) sebesar 71,3 %. Dengan dinyatakan bahwa hasil koefisien determinasi variabel pelayanan sebesar 71,3 % terhadap variabel kepuasan pelanggan. Tabel koefisien korelasi digolongkan kedalam tingkat hubungan yang sangat kuat dan dapat diartikan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT.TIKI Lubuklinggau sebesar 71,3 %.

Dengan adanya tingkat kepuasan pelanggan ini, perusahaan harus bisa mempertahankan pelayanan yang baik serta dapat memperbaiki pelayanan yang belum baik

V SARAN

1. Bagi Pengiriman TIKI Lubuklinggau disarankan untuk mengarahkan para staf dan karyawan agar dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak memberikan pelanggan menunggu lama. Selain itu, para pegawai diharapkan mampu memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan pengiriman paket. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.
2. Peneliti Selanjutnya, Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya faktor *word of mouth*, citra merek, dan kualitas produk. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan, misalnya

melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada kuisioner yang jawabannya telah tersedia.

VI DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. S, "analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di cv.smartphone community dengan menggunakan metode servqual dan metode importance performance analysis," *Tek. Ind.*, vol. 2, 2013.
- [2] B. Rinaldi and D. J. Chanerie, "Analisis Pengaruh Kualitas Peayanan SAMSAT BANDAR LAMPUNG Terhadap Kepuasan Wajib Pajak," *JMK*, vol. 10, no. 2, 2012.
- [3] M. P. D. D. R. Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- [4] A. R. P. Nuryani, I. Santoso, and P. Deoranto, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual (Studi Kasus di Ria Djanaka Coffee House dan Resto Malang)," *J. Lulusan TIP FTB UB*, 2014.
- [5] D. P. Kesuma, "ANALISIS PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN WEB PERGURUAN TINGGI XYZ MENGGUNAKAN SERVQUAL," in *Seminar Nasional Informatika 2014*, 2014, pp. 178–183.
- [6] S. A, *Aplikasi SPSS untuk Analisis Data Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2015.
- [7] D. farida M. s. setiawan and Agus, *Statistika Terapan*. Yogyakarta: parama, 2017.
- [8] P. D. S. Arikunto, *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. RINERKA CIPTA, 2013.
- [9] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung, 2013.
- [10] P. . dan C. G. Tjiptono, Fandy, *Service, Quality & Satisfaction, 4th ed.* Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016.
- [11] A. Masruri, "kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pt.tiki jalu nugraha ekakurir (jne) surabaya," *ilmu dan Ris. Manaj*, vol. 2, no. 7, 2013.