**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *RELATIONSHIP QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. CITRA SURYA SEMPURNA**

Oleh :

PAULA BUDIANTI

Dr. INDRIANA KRISTIAWATI, SE., MM

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA

Jl. Perak Bar. No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Kota SBY, Jawa Timur 60177

Email : pbudianti12@gmail.com*1)* Indriana.k@stiamak.ac.id*2)*

**ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* (X1), *Relationship Quality* (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Pengambilan sampel dilakukan pada 35 responden yang menggunakan jasa kepengurusan dokumen impor di PT. Citra Surya Sempurna. Penelitian ini menggunkan metode kuantitatif dan teknik analisis data dengan regresi linier berganda. Menganalisis data sebelum melakukan pengujian kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dari penelitian menyatakan sebagai berikut : (1) Variabel *Service Quality* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini dibukitikan dengan *thitung* sebesalr 3,050 dengan nilali sig *thitung* sebesalr 0,005 < 0,05 yang artinya perusahaan telah bersikap ramah, sopan, cepat dan tepat dalam penanganan dokumen impor selain itu, membuat pelanggan merasa aman dan nyaman sehingga pelanggan puas atas pelayanan yang diberikan, sehingga semakin perusahaan membuat pelanggan puas atas pelayanan yang diberikan dengan begitu pelanggan akan terus-menerus bekerja sama atau menggunakan jasa perusahaan dalam kepengurusan dokumen impor. semakin baik lagi tawaran harga yang diberikan maka semakin kepuasan konsumen semakin meningkat. (2) Variabel *Relationship Quality* (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini dibuktikan dengan *thitung* sebesalr 2,932 dengan nilali sig *thitung* sebesalr 0,006 < 0,05 yang artinya perusahaan telah berhasil membangun hubungan kerja sama yang baik dengan para pelanggan, hubungan yang terkah terjalin antara perusahaan dengan pelanggan akan meningkatkan rasa kepercayaan dari pelanggan kepada perusahaan, dengan begitu pelanggan akan mempercayakan proses penanganan dokumen impor barang-barang milik pelanggan kepada perusahaan, dan bisa jadi pelanggan akan merekomendasikan perusahaan kepada rekan pelanggan lainnya.

**Kata Kunci : *Service Quality*, *Relationship Quality*, Kepuasan Pelanggan, Dokumen Impor**

1. **PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Dimasa saat ini persaingan dunia usaha begitu meningat, memberikan layanan yang berkualitas tinggi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan memberikan efek positif pada daya laba suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk fondasi dari setiap bisnis yang sukses karena mengarah pada transaksi secara berkali-kali, keloyalitasan merk dan dari orang ke orang. Kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan yang timbul dari seorang pelanggan atas kemampuan suatu perusahaan yang telah memenuhi dan mencukupi kebutuhan dan harapan dari seorang pelanggan.

Pentingnya suatu perusahaan untuk menyadari hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan, loyalitas dan retensi sebagai bukti empiris dan memberikan dan mengelola kualitas layanan yang mengarah kepada pelanggan. Kualitas layanan yang dimaksud ialah dapat memberikan dan memenuhi harapan pelanggan.

Cara lain untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan sumber daya manusia yang terampil dengan memberikan fasilitas yang memadai. Jika pelanggan merasa nyaman dan percaya dapat disimpulkan bahwa perusahaan mampu menciptakan kualitas yang baik kepada pelanggan dengan begitu hubungan baik pun terjalin antara pelanggan dengan perusahaan penyedia layanan. Pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan pula kualitas hubungan dengan pelanggan dengan demikian kualitas hubungan dapat terjadi dengan baik dan pelanggan merasa puas dengan layanan yang telah diberikan.

PT. Citra Surya Sempurna merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa kepengurusan dokumen yang berkaitan dengan perijinan untuk impor atau ekspor barang milik pelanggan. PT. Citra Surya Sempurna merupakan perusahaan yang melayani pengaturan *Custom Clearance*, serta merupakan perusahaan pelayanan jasa kepabeanan atau PPJK. Penanganan *Customs Clearance* yang dimaksud disini ialah proses administrasi yang dilakukan di Bea dan Cukai Tanjung Perak Surabaya atas barang yang diimpor atau dieskpor. Selain itu PT. Citra Surya Sempurna juga memberikan pelayanan jasa untuk pengurusan dokumen guna melengkapi persyaratan atas barang yang diimpor mulai dari penanganan dokumen awal sampai penyerahkan dokumen dikantor Bea dan Cukai Tanjung Perak Surabaya.

PT. Citra Surya Sempurna sendiri telah berdiri sejak tahun 1980 dan telah terpercaya hingga saat ini, karena perusahaan sendiri menyadari dengan seiring perkembangan jaman perusahaan atau pebisnis dituntut untuk melakukan inovasi dan solusi yang terbaik bagi pelanggan-pelanggan PT. Citra Surya Sempurna juga memiliki Etos kerja yang diterapkan dan tetap dipertahankan dari dulu hingga sekarang, dimana etos kerja kami berdasarkan atas 3 K, yang meliputi Ketepatan, Kecepatan dan Kepuasan. Dengan kurang lebih 42 Tahun penerapan Etos Kerja PT. Citra Surya Sempurna telah memiliki cukup banyak Pelanggan atau Importir yang telah mempercayakan kegiatan pengurusan dokumen Impor.

Selain *Service Quality* atau Kualitas Pelayanan, Perusahaan harus bisa membangun dan mempertahankan *Relationship Quality* antara perusahaan dengan pelanggan. Motamedifar et al. (2013) mendefinisikan *Relationship Quality* adalah representasi hasil hubungan yang menunjukkan kekuatan hubungan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan para pihak yang terlibat. Hubungan ini menciptakan kesan keseluruhan yang dimiliki pelanggan terhadap layanan atau hubungan dengan penyedia layanan.

*Service Quality* dan *Relatioship Quality* dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Dimana perusahaan mampu memberikan pelayanan yang cepat, tanggap serta dapat membangun hubungan yang baik dan menciptakan rasa nyaman untuk pelanggan, dari penilaian tersebut pelanggan akan merasa puas baik cari segi pelayanan, penanganan maupun hubungan yang baik.

**Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Citra Surya Sempurna ?
2. Apakah *relationship quality* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Citra Surya Sempurna ?
3. **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**Pengertian *Service Quality***

Penilaian dalam *service quality* akan terjadi selama proses penyampaian berlangsung yang mana merupakan gambaran mengenai suatu “*moment of truth*” yaitu suatu peluang untuk pelanggan merasa puas atau tidak adanya kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan. Pelayanan yang baik berfokus pada upaya penyedia jasa layanan untuk menyediakan informasi secara memadai guna memenuhi kebutuhan setiap pelanggan dan menyeimbangkan kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan dan pengendalian yang menjadi harapan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan. (menurut Tjiptono, 2016)

**Dimensi Service Quality**

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2016), dimensi *service quality* yang menjadi tolak ukur untuk membangun dan menciptakan kualitas pelayanan dengan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Reability (*Reability*) merupakan daya dalam pemberian jasa kepada pelanggan yang akurat tanpa membuat kesalahan apapun dan dalam penyampaian terkait jasa harus tepat waktu.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan kemampuan serta sikap penyedia jasa dalam melayani pelanggan dengan memberikan informasi dan kemudaahan terkait jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan tanggap dan cepat.
3. Jaminan (*Assurance*) merupakan sikap penyedia jasa dalam menumbuhkan rasa percaya serta rasa aman kepada pelanggan. Jaminan dalam hal ini dapat diartikan bahwa penyedia jasa juga harus bersikap sopan dalam menanggapi dan merespon pelanggan, selain itu juga harus memiliki wawasan dan pengetahuan lebih terkait jasa tersebut sehingga mampu dalam membantu setiap pertanyaan dari pelanggan terkait jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. Empati (*Empathy*) merupakan pemahaman penyedia jasa dalam membantu menghadapi masalah yang dihadapi oleh pelanggan dan bersikap memberikan pelayanan dan perhatian lebih secara personal kepada pelanggan tersebut sehingga pelanggan akan merasa terbantu dan nyaman atas bantuan dan perhatian yang diberikan.
5. Bukti Fisik (*Tangible*) meruapakan kelebihan dan keunikan yang ada dalam perusahaan penyedia jasa, misalnya fasilitas, bangunan dan lain-lain serta penampilan karyawan guna mendukung dalam melayani pelanggan.

**Pengertian *Relationship Quality***

Kualitas hubungan mengacu pada bagaimana perasaan seseorang terhadap hubungan yang telah terjalin. *Relationship Quality* adalah evaluasi hubungan yang telah terjalin antar personal yang mempunyai rasa kesadaran hubungan. Penilaian diri ini meliputi mengamati hubungan seseorang, perbedaan antar individu dalam hubungan, dan mengamati hubungan berdasarkan ruang. (Menurut, Farooqi, 2014).

**Dimensi *Relationship Quality***

Adapun dimensi yang menjadi tolak ukur untuk memperkuat dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. (Darusman, 2018) :

1. Kepercayaan ( *Trust* )

Kepercayaan ialah rasa keyakinan yang dirasakan pelanggan atas jasa yang telah diberikan yang memberikan manfaat tersendiri kepada pelanggan. Ketika ada kepercayaan seperti itu, kami tidak melupakan kejujuran dan kerja sama, dan ketika ada kepercayaan dan kejujuran, kerja sama itu saling menguntungkan.

1. Komitmen ( *Commitment* )

Komitmen dari seorang pelanggan ialah berupa harapan mendalam dari pelanggan untuk mempertahankan jalinan periode panjang dengan kubu institusi

**Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2014) kepuasan pelanggan adalah suatu rasa yang muncul sesudah mendapatkan hasil atas apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan ialah sebuah rasa yang diperoleh saat menggunakan suatu produk atau jasa, dan dapat dianggap sebagai tingkat yang dirasakannya ketika kinerja produk atau jasa yang diterimanya sebanding dengan harapannya.

**Dimensi Kepuasa Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono (2015), Dimensi kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kinerja dan harapan pelanggan. sebagai berikut :

1. Kinerja tinggi yang diciptakan oleh tenaga kerja dapat mendukung perusahaan mencapai yang dituju. Untuk mewujudkan kepuasan, tenaga kerja perlu memperhatikan layanan, keramahan dan keunggulan dalam melayani pelanggan. Anda dapat memberikan kepuas an pelanggan yang lebih baik melalui kinerja karyawan yang lebih baik.
2. Harapan kepuasan pelanggan umumnya seperti, kebutuhan, perasaan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima pelanggan misalnya memberikan pelayanan yang baik serta mampu menciptakan dan membangun hubungan yang menyenangkan kepada pelanggan.

**Kerangka Konseptual**

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

Sumber : Data diolah penulis (2022)

Penjelasan :

1. Variabel Independen : S*ervice Quality* (X1) dan Relationship Quality (X2)
2. Variabel Dependen (Terikat) : Kepuasan Pelanggan (Y)

**Hipotesis**

Dapat disimpulkan dari perumusan masalah yang di jelaskan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelangan di PT. Citra Surya Sempurna
2. *Relationship Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Citra Surya Sempurna
3. **METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah cara yang dipergunakan untuk menganalisis sampel atau populasi dengan menggunakan alat yang dipergunakan dalam pengumpulan data, penguraian data atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesiss yang digunakan dalam penelitian tersebut. (Sugiyono, 2011)

Dalam penelitian ini kuisioner sebagai alat untuk pengumpulan data para responden, yaitu Pelanggan yang menggunakan jasa kepengurusan dokumen impor di PT. Citra Surya Sempurna.

**Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015), variabel penelitian dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Variabel Independen atau variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan kejadian pada variabel terikat. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independen adalah *Service Quality* dan *Relationship Quality*.
2. Variabel Dependen atau variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari variabel bebas. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan.

**Populasi**

Suatu wilayah generelasi objek penelitian yang memiliki karakteristik serta kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, disebut Populasi (Sugiyono, 2017).

Populasi dalam penilitian adalah *clien* atau pelanggan PT. Citra Surya Sempurna yang telah menggunakan jasa kepengurusan dokumen impor.

**Sampel Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel jenuh. Sampel jenuh adalah suatu teknik atau cara pengambilan sampel yang mana seluruh bagian dari populasi dijadikan sebagai sampel untuk suatu penelitian (Sugiyono, 2017).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan seluruh populasi sejumlah 35 responden atau pelanggan yang menggunakan jasa PT. Citra Surya Sempurna untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

**Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan untuk mengetahui data dan informasi yang diperlukan terkait dengan penelitian ini dengan melakukan kuesioner. Kuesioner merupakan suatu cara pengumpulan data terkait dengan penelitian dengan memberikan beberapa pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden cara pengumpulan data dilakukan dengan meminta responden menjawab berbagai pernyataan tertulis dalam skala likert berupa checklist (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, peneliti telah memberikan beberapa pernyataan terkait dengan pengaruh *Service Quality* dan *Relationship Quality* terhadap kepuasan Pelanggan di PT. Citra Surya Sempurna.

**Tabel 1 Skala Likert**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pernyataan** | **Kode** | **Skor** |
| Sangat Tidak Puas | STP | 1 |
| Tidak Puas | TP | 2 |
| Cukup Puas | CP | 3 |
| Puas | P | 4 |
| Sangat Puas | SP | 5 |

Sumber: Sugiyono (2017)

**Teknik Analisis Data**

Analisis data ialah suatu proses pengumpulan dan penyuntingan data yang yang didapat melalui proses wawancara, catatan dan dokumentasi serta mengorganisasikan data tersebut kedalam kategori dan membaginya menjadi komponen, mensintesiskannya, menyusunnya ke dalam pola, menunjuk yang terpenting, mempelajari dan menarik kesimpulan sehingga orang lain dapat dengan mudah memahaminya (Sugiyono, 2011).

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *rhitung* (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*, dengan *rproductmoment* mencari *degree of freedom* (df) = N – k, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen penelitian. Jika *rhitung* > *rproductmoment*, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid (Ghozali dalam Simanjuntak, 2013).

1. Uji reabilitas ialah sebuah alat yang bertujuan untuk mengukur indikator suatu variabel yang terdapat pada kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* yang mana jika hasil suatu variabel dinyatakan reliable apabila nilai *Cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali dalam Syafrizal, 2011).
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah penaksir dalam regresi merupakan penaksir kolinear tak bias terbaik. Menurut Ghozali (2011).

1. Uji Normalitas

Uji normalis diguanakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel penggangu atau residual mempunyai distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozalli, 2011).

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mengacu pada pengujian suatu model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011).

Dalam mengukur multikolinieritas dapat dilihat pada nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Terhadap nilai *cut off* untuk menentukan adanya multikolinieritas ialah nilai *Tolerance* ≤ 0,1 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah

* + 1. H0 : VIF > 10, terdapat multikolinieritas;
		2. H1 : VIF < 10, tidak terdapat mulikolinieritas.
1. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini ialah untuk mengetahui apakah terdapat varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas ialah dapat dilihat pada hasil grafik plot. Apabila pada grafik tersebut membentuk pola tertentu seperti titik-titik membentuk pola (gelombang, melebar dan kemudian menyempi), maka ini berarti terdapat heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2011).

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (R2) pada dasarnya mengukur kemampuan model untuk memperhitungkan varians variabel tergantung pada nilai R2. Tingkat signifikansi atau relevansi hubungan antara variabel individu dan variabel dapat diketahui dalam analisis horizontal.

Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan perbedaan antar variabel sangat rendah.

**Hipotesis Uji Parsial (Uji T)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item Pernyataan** | ***rhitung*** | ***rtabel*** | **Keterangan** |
| X2.1 | 0,746 | 0,334 | **Valid** |
| X2.2 | 0,737 | 0,334 | **Valid** |
| X2.3 | 0,770 | 0,334 | **Valid** |
| X2.4 | 0,733 | 0,334 | **Valid** |
| X2.5 | 0,750 | 0,334 | **Valid** |
| X2.6 | 0,701 | 0,334 | **Valid** |

Hipotesis Uji Parsial (Uji T) dipergunakan untuk mengetahui signifikan dari suatu hasil penelitian. Pada dasarnya uji parsial (uji T) menunjukkan apaka seberapa jauh pengaruh 1 (satu) variabel bebas secara individual dan menerangkan variabel terikat, Menurut Ghozali (2016),

Dalam penelitian ini pengujian pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari *Service Quality* (X1) dan *Relationship Quality* (X2), berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel (α = 50%)
2. Apabila T tabel ≥ T hitung, maka H0 ditolak dan H1 diterima.
3. Apabila T tabel ˂ T hitung, maka H0 diterima dan H1 ditolak
4. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan
5. Jika nilai signifikannya ˂ 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima.
6. Jika nilai signifikannya ≥ 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak.
7. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Validitas**

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas *Service Quality* (X1)**

| **Item Pernyataan** | ***rhitung*** | ***rtabel*** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- |
| X1.1 | 0,649 | 0,334 | **Valid** |
| X1.2 | 0,854 | 0,334 | **Valid** |
| X1.3 | 0,729 | 0,334 | **Valid** |
| X1.4 | 0,759 | 0,334 | **Valid** |
| X1.5 | 0,524 | 0,334 | **Valid** |
| X1.6 | 0,714 | 0,334 | **Valid** |
| X1.7 | 0,679 | 0,334 | **Valid** |
| X1.8 | 0,854 | 0,334 | **Valid** |
| X1.9 | 0,800 | 0,334 | **Valid** |
| X1.10 | 0,758 | 0,334 | **Valid** |
| X1.11 | 0,669 | 0,334 | **Valid** |
| X1.12 | 0,788 | 0,334 | **Valid** |

Sumber : Data Primer diolah dengan SPPS (2022)

Berdasarkan tersebut diatas untuk variabel *Service Quality* memiliki 12 item pernyataan. Dapat disimpulkan bahwa untuk semua item pernyataan pada variabel *service quality* dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian dikarenakan hasil *rhitung* > *rtabel*.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas *Relationship Quality* (X2)**

Sumber : Data Primer diolah dengan SPPS (2022)

Berdasarkan tabel tersebut diatas untuk variabel *relationship quality* peneliti memiliki 6 item pernyataan. Dapat disimpulkan bahwa untuk semua item pernyataan pada variabel *relationship quality* dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian dikarenakan hasil *rhitung* > *rtabel*.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item Pernyataan** | ***rhitung*** | ***rtabel*** | **Keterangan** |
| Y1 | 0,764 | 0,334 | **Valid** |
| Y2 | 0,772 | 0,334 | **Valid** |
| Y3 | 0,798 | 0,334 | **Valid** |
| Y4 | 0,753 | 0,334 | **Valid** |
| Y5 | 0,693 | 0,334 | **Valid** |
| Y6 | 0,731 | 0,334 | **Valid** |

Sumber : Data Primer diolah dengan SPPS (2022)

Berdasarkan tabel tersebut diatas untuk variabel Kepuasan Pelanggan peneliti memiliki 6 item pernyataan. Dapat disimpulkan bahwa untuk seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian dikarenakan hasil *rhitung* > *rtabel*.

**Hasil Uji Reabilitas**

**Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbatch’s Alpha*** | **Kriteria** | **Keterangan** |
| *Service Quality* | 0,920 | 0,6 | **Realiabel** |
| *Relationship Quality* | 0,831 | 0,6 | **Realiabel** |
| Kepuasan Pelanggan | 0,844 | 0,6 | **Realiabel** |

Sumber : Data Primer diolah dengan SPPS (2022)

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel *Service Quality* (X1), *Relationship Quality* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) hasilnya > 0,6 yang berarti data tersebut realiabel yang mana kuesioner tersbut dapat digunakan dalam penelitian ini.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas

**Tabel 6 Hasil Metode uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov**



Sumber : Data primer diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0.479 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.976 berarti hal itu menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena tingkat signifikansinya > 0,05.

Uji Multikolinieritas

**Tabel 7 Uji Multikolinieritas**

****

**Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas**

| **Model** | ***Colinearity Statistics*** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- |
| ***Tolerance*** | **VIF** |
| *Service Quality* (X1) | 0,238 | 4,200 | **Tidak terjadi Multikolinieritas** |
| *Relationship Quality*(X2) | 0,238 | 4,200 | **Tidak terjadi Multikolinieritas** |

Berdasarkan gambar dan tabel di atas, nilai *tolerance* variabel *Service Quality* (X1) yakni 0,238 dan untuk *Relationship Quality* (X2) yakni 0,238. Sementara itu nilai VIF variabel *Service Quality* (X1) yakni 4,200 dan untuk *Relationship Quality* (X2) yakni 4,200 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi padal penelitian ini **tidak terjadi multikolinieritas**.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

****

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS

Pada Gambar tersebut diatas untuk hasil uji heteroskedastisitas dari gambar di atas menunjukkan bahwa scatterplot tidak menghasilkan pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y maka **tidak terjadi heteroskedastisitas**.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda dipakai untuk menelaah atau menganalisa hubungan dua variabel atau lebih khususnya untu menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna.

**Tabel 9 Uji Regresi Berganda**

****

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut :

Y = α + β1X1 + β2X2 + e

Y = 0,815 + 0,440 X1 + 0,400 X2 + e

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien konstanta

β1 = Koefisien regresi *Service Quality*

β2 = Koefisien regresi *Relationship Quality*

X1 = *Service Quality*

X2 = *Relationship Quality*

e = Estimasi error

**Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)**



Sumber :Data Primer diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisian determinasi pada tabel tersebut diatas, maka diperoleh nilai 0,903 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,815 (81,5%). Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independent dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 81,5% sedangkan sisanya sebesar 18,5%. Dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independent dalam penelitian.

**Hipotesis Uji Secara Parsial (Uji T)**

**Tabel 11 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)**



Sumber : Data Primer dioleh SPSS (2022)

* 1. Variabel *Service Quality*

Diketahui bahwal niali thitung padal variabel *Service Quality* sebesar 3,050 > nilai *ttabel* 2,036 dan nilai sig thitung sebesar 0,005 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat dikatakan variabel *Service Quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

* 1. Variabel *Relationship Quality*

Diketahui bahwa nilai thitung pada variabel *Relationship Quality* sebesar 2,932 > nilai *ttabel* 2,036 dan nilai sig thitung sebesar 0,006 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dapat dikatakan variabel *Relationship Quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

**PEMBAHASAN**

1. Hubungan *Service Quality* (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pembahasan padahal hipotesis Uji T (uji parsial) di atas dapat diketahui nilai *t-hitung* sebesar 3,050 (positif) dengan nilai *ttabel* 2,036 dan nilai sig *thitung* sebesar 0,005 < 0,05 artinya semakin tinggi *service quality* maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi atau meningkat. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H1 diterima).

*Service Quality* merupakan upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas bagi pelanggan. Perusahaan harus bisa menciptakan interaksi yang aman dan nyaman kepada pelanggan, menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Selain itu perusahaan juga harus bisa membantu pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan terkait dengan jasa yang telah perusahaan tawarkan dan memberikan informasi terkait jasa ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Timbulnya rasa aman, nyaman, senang dan percaya dari pelanggan terhadap perusahaan maka terciptalah pelayanan yang berkualitas dari perusahaan kepada pelanggan.

1. Hubungan *Relationship Quality* (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pembahasan paada hipotesis Uji T (uji parsial) di atas dapat diketahui thitung pada variabel *Relationship Quality* sebesar 0, 2,932 > nilali *ttalbel* 2,036 daln nilali sig *thitung* sebesar 0,006 < 0,05 artinya semakin meningkat *relationship quality* maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi atau meningkat. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H2 diterima).

*Relationship Quality* merupakan upaya perusahaan dalam membangun dan menciptakan hubungan yang berkualitas kepada pelanggan. K ualitas hubungan yang dimaksud ialah membentuk kerja sama yang menyenangkan antara perusahaan dengan pelanggan. Misalnya dengan seringnya melakukan pertemuan guna mempererat kerja sama atau memberikam cendera mata di moment-moment tertentu perayaan pelanggan. Jika perusahaan dapat menciptakan hubungan yang baik dan nyaman akan menjadi penilaian lebih terhadap jasa yang telah dilakukan, semakin tinggi penilaian baik untuk perusahaan dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas akan pelayanan maupun jasa yang telah dikerjakan.

1. **PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada Bab IV, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan. Kesimpulan ini sebagai jawaban atas rumusan masalah yang terdapat pada Bab I. Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini mengindikasi bahwa semakin tinggi upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas bagi pelanggan maka pelanggan akan semakin puas atas pelayanan yang diberikan. Perusahaan harus bisa menciptakan interaksi yang aman dan nyaman kepada pelanggan, menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Selain itu perusahaan juga harus bisa membantu pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan terkait dengan jasa yang telah perusahaan tawarkan dan memberikan informasi terkait jasa ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Timbulnya rasa aman, nyaman, senang dan percaya dari pelanggan terhadap perusahaan maka terciptalah pelayanan yang berkualitas dari perusahaan kepada pelanggan.
2. *Relationship Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini mengindikasi bahwa semakin tinggi perusahaan menciptakan dan membangun hubungan dan baik dan menyenangkan bagi pelanggan, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Perusahaan juga harus membentuk kerja sama yang menyenangkan antara perusahaan dengan pelanggan. Misalnya dengan seringnya melakukan pertemuan guna mempererat kerja sama atau memberikam cendera mata di moment-moment tertentu perayaan pelanggan. Jika perusahaan dapat menciptakan hubungan yang baik dan nyaman akan menjadi penilaian lebih terhadap jasa yang telah dilakukan, semakin tinggi penilaian baik untuk perusahaan dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas akan pelayanan maupun jasa yang telah dikerjakan.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, penulis menemukan beberapa indikasi kelemahan tentang *Service Quality* Dan *Relationship Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang akan dan telah menggunakan jasa kepengurusan Dokumen Impor di PT. Citra Surya Sempurna, antara lain :

1. Disarankan untuk Perusahaan harus membentuk sumber daya manusia yang ramah, menyenangkan dan mudah berkomunikasi dengan pelanggan. Karena dalam hal ini seorang administrasi dokumen yang berperan penting dalam memberikan pelayanan bagi para pelanggan. Seorang administrasi harus merespon dengan cepat pertanyaan atau keluhan dari pelanggan dan seorang administrasi pula harus paham mengenai informasi terkait dokumen impor. Selain itu, kerja sama yang baik antar sesama pegawai dalam divisi dokumen, bersikap dengan cepat dan tanggap terkait dokumen, khususnya dokumen-dokumen tertentu dan dokumen urgent dikarenakan nanti akan berpengaruh terhadap hubungan yang terjalin dengan pelanggan.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti kedua variabel tersebut untuk tetap bisa diteliti. Dengan adanya hal tersebut, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain pada kedua variabel yang diteliti, seperti contoh kinerja karyawan, lingkungkan kerja, dan lain-lain.

pelanggan

**DAFTAR REFRENSI**

**DAFTAR PUSTAKA**

Chung, Y.-C., & Chen, H.-C. (2015). Study On The Correlation Among Service Quality, Relationship Quality, and Customer Satisfaction - A Case Study of xxvi H Hotel. International Journal of Latest Research in Science and Technology, 4(4), 1-7.

Data – Data PT. Citra Surya Sempurna

Farooqi, S. R. (2014). The Construct of Relationship Quality. Journal of Relationships Research, 5(2), 1-11. doi:10.1017/jrr.2014.2

Gisyel Angely, Johny Revo Elia Tampi, Danny David Samuel Mukuan. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malalayang. Jurnal Admistrasi Bisnis 8, (2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23562/23219>

Hardiyansyah, 2018. Kualitas Pelayanan Publik. Bandung-Palembang: Gava Media.

Irjayanti, E., Tampi, J. R. E., dan Mukuan, D. D. S. 2018. Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado (Studi Kasus Pada Pelanggan Klinik Esther House of Beauty Manado). Jurnal Administrasi Bisnis 6, (2). <http://garuda.ristekdikti.go.id>

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14,Jilid1. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV

Tjiptono, Gregorius. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.