

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra

PT. Andalan Pacific Samudra, didirikan pada tahun 1994, merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak pada bidang Ekspor Impor. Lokasi PT. Andalan Pacific Samudra terletak di dekat Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya yang merupakan lokasi strategis untuk melakukan kegiatan logistik. PT. Andalan Pacific Samudra, menyediakan banyak layanan seperti *Air and Ocean Freight Forwarding Service, Export and Import Custom Clearance, Domestic and International Door to Door Service, Trucking, Warehousing, Overdimention / Project Cargos*. Semua layanan pada PT. Andalan Pacific Samudra disediakan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang professional dalam setiap bidangnya

Dengan keahlian tim PT. Andalan Pacific Samudra dan pemahaman yang baik tentang pasar lokal, serta di bawah kepemimpinan Bapak Tio Ali Chandra telah memberi PT. Andalan Pacific Samudra reputasi baik kepada klien. Dengan begitu PT. Andalan Pacific Samudra memperluas cabang di Semarang.

4.1.2 Visi dan Misi PT. Andalan Pacific Samudra

1. Visi PT. Andalan Pacific Samudra

Menjadi perusahaan forwarding terkemuka dan terpercaya secara global.

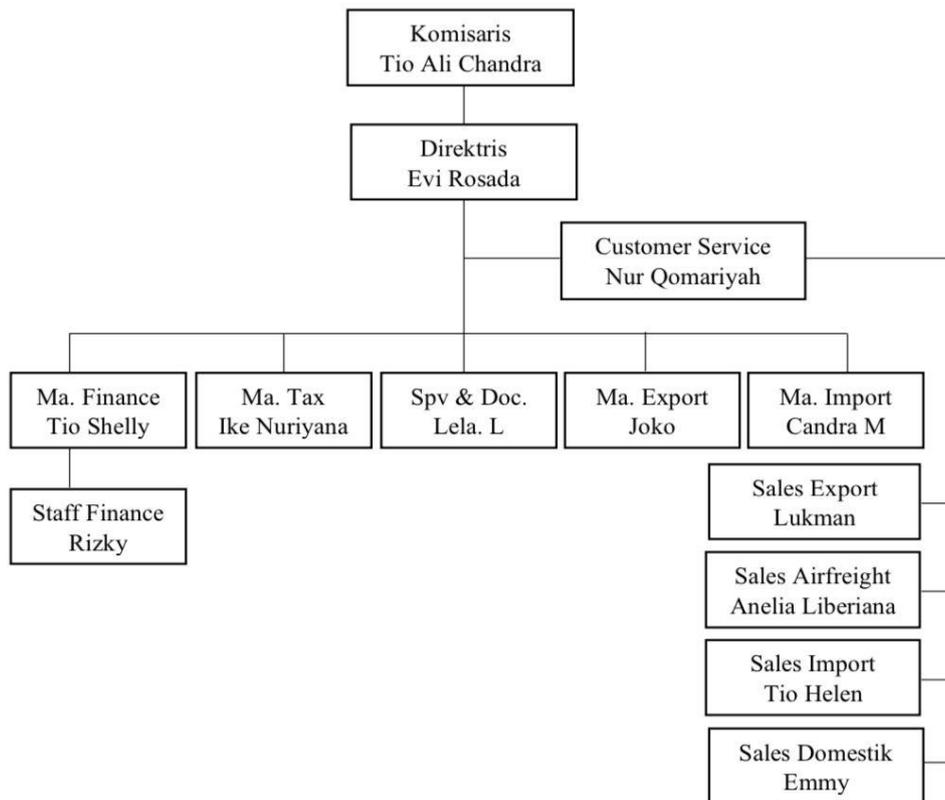
2. Misi PT. Andalan Pacific Samudra

Berusaha untuk memberikan layanan terbaik dan solusi logistik yang handal untuk klien dan mitra bisnis kami.

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada PT. Andalan Pacific Samudra dibentuk sebagai pembagian tanggung jawab masing masing individu yang berguna untuk kemajuan perusahaan. Secara global struktur organisasi pada PT. Andalan Pacific Samudra merupakan struktur organisasi fungsional. Struktur organisasi fungsional berfungsi untuk menentukan tanggung jawab dalam pengembangan suatu bisnis yang dilaksanakan sehari-hari.

Struktur Organisasi pada PT Andalan Pacific Samudra dapat di uraikan sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Andalan Pacific Samudra

Sumber : PT. Andalan Pacific Samudra, 2023

4.1.4 Peran dan Tanggung Jawab Pegawai PT. Andalan Pacific Samudra

1. Komisaris

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab sebagai pimpinan utama atau direktur utama atas kelangsungan perusahaan
- b. Mengontrol perkembangan perusahaan yang dilakukan oleh Direktris
- c. Mengontrol kinerja masing masing kepala divisi atau manajer setiap divisi
- d. Ikut serta menjadi marketing yang melakukan *market* pada perusahaan perusahaan yang akan menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra
- e. Bertanggung jawab atas semua masalah yang tidak bisa di *handle* oleh setiap manajer atau kepala divisi

2. Direktris

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mengontrol kinerja para karyawan
- b. Mengatur *salary* yang akan diberikan kepada karyawan
- c. Bertanggung jawab atas masalah para karyawan dalam hal pekerjaan
- d. Membantu divisi marketing untuk melakukan visit, entertaint kepada para *customer* yang sudah menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra
- e. Bertanggung menjadi wakil dari Komisaris dalam rapat rapat umum ILFA/ALFI

3. *Customer Service*

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab atas complain dari *customer*
- b. Bertanggung jawab atas masalah masalah yang di hadapi oleh divisi marketing
- c. *Mem-booking shipping line* pada saat orderan masuk
- d. Berkomunikasi dan berhubungan baik kepada para klien dan juga *shipping line*
- e. Membuat dan menginformasikan *schedule* kapal yang telah diinfo dari pihak pelayaran

4. *Marketing Ekspor (Export Sales)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Memasarkan dan memberi informasi kepada calon klien yang akan menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra
- b. Melakukan hubungan baik dengan klien dan *shipping line* dan pihak pihak yang terkait dalam hal ekspor impor
- c. Memberi informasi kedatangan kapal kepada klien
- d. Menginformasikan *rate* dan *quotation* kepada klien yang akan diteruskan kepada divisi keuangan untuk proses *Invoice*
- e. Memenuhi target yang sudah di tentukan oleh perusahaan

5. *Marketing Airfreight (Airfreight Sales)*

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Memasarkan dan memberi informasi kepada calon klien tentang jasa pengiriman barang melalui udara
- b. Melakukan hubungan baik dengan klien dan *air lines*

c. Menginformasikan *rate* dan *quotation* kepada klien yang akan diteruskan kepada divisi keuangan untuk proses *Invoice*

d. Memenuhi target yang sudah di tentukan oleh perusahaan

6. *Marketing Impor (Import Sales)*

Tugas dan tanggung jawab :

a. Memasarkan dan memberi informasi kepada calon klien yang akan menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra

b. Melakukan hubungan baik dengan klien dan *shipping line* dan pihak pihak yang terkait dalam hal ekspor impor

c. Memberi informasi kedatangan kapal kepada klien

d. Menginformasikan *rate* dan *quotation* kepada klien yang akan diteruskan kepada divisi keuangan untuk proses *Invoice*

e. Memenuhi target yang sudah di tentukan oleh perusahaan

7. *Marketing Domestik (Inter-island Sales)*

Tugas dan tanggung jawab :

a. Memasarkan dan memberi informasi kepada calon klien yang akan menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra

b. Melakukan hubungan baik dengan klien dan *shipping line* dan pihak pihak yang terkait dalam pengiriman barang antar pulau

c. Memberi informasi kedatangan dan keberangkatan kapal kepada klien

d. Menginformasikan *rate* dan *quotation* kepada klien yang akan diteruskan kepada divisi keuangan untuk proses *Invoice*

e. Memenuhi target yang sudah di tentukan oleh perusahaan

8. Manager Keuangan

Tugas dan tanggung jawab

- a. Bertanggung jawab atas keluar masuknya kas
- b. Mengontrol biaya biaya operasional dan biaya biaya lainnya
- c. Mengecek dan Meng-*approve* tagihan yang sudah di cetak
- d. Mongontrol tagihan yang masuk dan keluar pada perusahaan
- e. Membuat laporan keuangan akhir tahun yang akan dilaporkan kepada pimpinan untuk mengetahui laba perusahaan

9. Manager Perpajakan

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab dalam mengelola perpajakan perusahaan
- b. Mengontrol pajak masuk dan pajak keluar perusahaan
- c. Menginformasikan kepada pimpinan jika ada peraturan perpajakan yang terbaru
- d. Membuat laporan pajak akhir tahun yang akan dilaporkan kepada Direktorat Jendral Pajak

10. Supervisor & Dokumen

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab atas pembuatan dokumen ekspor maupun impor
- b. Mengelola tagihan dari *shipping line*
- c. Membuat Job Order Freight Forwarding yang akan diproseskan oleh Staff Keuangan untuk di tagihkan kepada *customer*
- d. Membuat *House Bill of Lading* untuk diserahkan kepada *customer*
- e. Membuat dokumen dokumen pengiriman barang
- f. Menginput *Outward Manifest* dan *Inward Manifest* sebelum kapal berangkat
- g. Memastikan bahwa dokumen sudah lengkap pada saat barang masuk di dalam kapal

11. Manager Ekspor

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Membuat dan mengurus dokumen ekspor yang diperlukan
- b. Mengatur armada *trucking* untuk menjemput dan melakukan *stuffing* atau *loading* barang
- c. Memberikan informasi dan mengatur kegiatan *stuffing / load* kepada klien untuk *schedule* keberangkatan kapal
- d. Mengurus dokumen ekspor kepada pihak pihak terkait, seperti Bea Cukai, Karantina, Depo, dan Pelabuhan

12. Manager Impor

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Membuat dan mengurus dokumen impor yang diperlukan
- b. Mengatur armada *trucking* untuk mengambil barang yang ada di pelabuhan untuk dilakukan *stripping* atau *unload*
- c. Memberikan informasi ETA (*Estimation Time Arrive*) kepada penerima barang
- d. Mengurus dokumen ekspor kepada pihak pihak terkait, seperti Bea Cukai, Karantina, Depo, dan Pelabuhan

4.1.5 Aktivitas Perusahaan

1. *International Freight Forwarding*

Aktivitas perusahaan yang pertama yaitu International Freight Forwarding. Pada aktivitas ini, PT. Andalan Pacific Samudra menyediakan layanan untuk menjadi wakil atau kuasa eksportir. Pada aktivitas ini, perusahaan melayani pengurusan dokumen ke pelayaran, menjadi *warehouse storage* terhadap barang dari customer. Dalam hal ini, perusahaan menjadi wakil dari eksportir, yang bertujuan untuk melancarkan kegiatan pengiriman barang. Tidak hanya itu saja, perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra juga menyediakan service dengan container full (*Full Container Load*) maupun LCL (*Less-than Container Load*).

2. *Custom Clearance*

Pada aktivitas perusahaan selanjutnya adalah Custom Clearance. Custom Clearance adalah aktivitas perusahaan yang melakukan pengurusan dokumen kebutuhan ekspor maupun impor dengan pihak Bea Cukai. PT. Andalan Pacific Samudra, juga menyediakan jasa pengurusan Custom Clearance dan perusahaan sudah berpengalaman dengan prosedur dan dokumentasi untuk Bea Cukai pengiriman barang Impor dan Ekspor.

3. *Trucking and Warehousing*

Untuk mendukung layanan kami, kami memiliki truk sendiri dan transportasi memungkinkan kami untuk dengan mudah memenuhi kebutuhan klien kami. Pada aktivitas ini, perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra, bertanggung jawab atas barang yang masuk pada gudang. Maka dari itu PT. Andalan Pacific Samudra

memiliki trucking sendiri. Kami dapat menyediakan solusi gudang untuk klien kami, seperti:

- a. Container Restuffing adalah penyusunan peti kemas di dalam kapal atau pepadatan di dalam petikemas
- b. Packing and Labeling adalah kemasan menjamin keamanan produk dengan melindunginya dari kerusakan, kontaminasi, dan gangguan selama transportasi dan mempromosikannya
- c. LCL consolidator adalah suatu layanan pengiriman angkutan kontainer, yang menggabungkan banyak barang kiriman dari berbagai pengirim lainnya yang dimuat dalam satu kontainer

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan responden customer PT. Andalan Pacific Samudra yang telah menjadi pelanggan selama lebih dari 10 tahun. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Google Form* sebagai alat untuk penyebaran kuesioner. Berikut karakteristik responden dari hasil penyebaran kuesioner :

Tabel 4.1 Data Responden Kuesioner

No.	Nama Perusahaan	Jenis Kelamin	Lama Menjadi Pelanggan
1.	CV. Australindo Makmur Bersama	Perempuan	15 tahun
2.	PT. Artalapan	Laki-laki	13 tahun
3.	PT. Advanced Speciality Chemical	Perempuan	18 tahun
4.	PT. Andalan Niagatama	Perempuan	19 tahun
5.	PT. Andalan Niaga Jaya	Perempuan	17 tahun
6.	PT. Andalan Pacific Line	Laki-laki	13 tahun
7.	PT. Braid Group Indonesia	Laki-laki	11 tahun
8.	PT. Biru Sakti Maritim	Laki-laki	19 tahun
9.	PT. David Bali Cargotama	Laki-laki	20 tahun
10.	PT. De Ros Indah Prima	Perempuan	14 tahun
11.	PT. Eagle Indo Pharma	Perempuan	18 tahun
12.	PT. Fortuna Sakti Indo Jaya	Perempuan	13 tahun
13.	PT. Hansa Pratama	Laki-laki	11 tahun
14.	PT. Inti Daya Guna Aneka Warna	Laki-laki	12 tahun
15.	PT. Kartika Eka Yudha Maritim	Laki-laki	18 tahun
16.	PT. Kriya Alam Indonesia	Perempuan	13 tahun
17.	PT. Lima Jaya Abadi	Perempuan	20 tahun
18.	PT. Logistic International Cargo	Perempuan	19 tahun
19.	PT. Maximpoly	Laki-laki	21 tahun
20.	PT. Niaga Segara Transindo	Perempuan	18 tahun
21.	PT. Pangan Lestari	Perempuan	17 tahun
22.	PT. Rollent Indonesia	Perempuan	20 tahun
23.	PT. Semeru Teknik	Perempuan	19 tahun
24.	PT. Seng Dam Jaya Abadi	Laki-laki	18 tahun
25.	PT. Sari Coffe Indonesia	Perempuan	22 tahun

26.	PT. Selena Cahaya Gemilang	Laki-laki	18 tahun
27.	PT. Sinar Terang Sejahtera	Laki-laki	20 tahun
28.	PT. Unitech Mega Indonesia	Perempuan	21 tahun
29.	PT. Valve Mandiri Indonesia	Laki-laki	11 tahun
30.	PT. Vanguard Logistic	Laki-laki	12 tahun
31.	PT. World Star Shipping	Perempuan	22 tahun
32.	PT. Woonam Music	Perempuan	13 tahun
Total Responden		32 Responden	

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang terdistribusikan sebanyak 32 responden kembali dengan tepat sesuai dengan data responden. Selain itu, responden yang mengisi juga sesuai dengan kriteria peneliti yang menjadi pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra selama lebih dari 10 tahun.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	17	46,9 %
Perempuan	15	53,1 %
Jumlah Responden	32	100 %

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, menunjukkan bahwa 32 responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki-laki sejumlah 17 responden dengan persentase sebesar 46,9% dan berjenis kelamin perempuan sejumlah 15 responden dengan persentase 53,1%. Dengan begitu, responden berjenis kelamin laki-laki lebih dominan daripada responden berjenis kelamin perempuan.

4.3 Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif merupakan gambaran penilaian responden dalam pengisian kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti. Peneliti memberikan kuesioner kepada 32 responden pelanggan yang menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra selama lebih dari 10 tahun dengan variabel independen *Service Quality* (X1), *Corporate Image* (X2), dan *Trust* (X3) serta variabel dependen *Customer Satisfaction* (Y). Berikut analisis deskriptif responden :

4.3.1 Analisis Deskriptif *Service Quality* (X1)

Pada analisis deskriptif variabel dependen yang pertama yaitu, *Service Quality* (X1). Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menganalisa hasil respon dari sudut pandang 32 responden tentang strategi marketing communication. Berikut respon dari 32 responden :

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif *Service Quality* (X1)

No	Pertanyaan	STP	T P	CP	P	S P	Skor total
		1	2	3	4	5	
Service Quality							
	Reability (<i>Reability</i>)						
1	Hasil kinerja PT. Andalan Pacific Samudra sangat baik dan tepat pada waktu yang di tentukan	6	6	10	5	5	32
		19%	19%	31%	16%	16%	100 %
	Daya Tanggap						
2	staff marketing PT. Andalan Pacific Samudra mampu menjelaskan informasi yang kurang di mengerti oleh pelanggan	7	3	13	6	3	32
		22%	9%	41%	19%	9%	100%
	Jaminan						
3	pt aps mampu mengambil risiko dan bertanggung jawab atas kesalahan yang di lakukan	2	7	11	11	1	32
		6%	22%	34%	34%	3%	100%
	Empati						
4	staff marketing PT. Andalan Pacific Samudra mampu	2	7	12	8	3	32

	memberika solusi yg tepat serta perhatian kpd setiap pelanggan	6%	22%	38%	25%	9%	100%
	Bukti fisik						
5	para pegawai PT. Andalan Pacific Samudra selalu ramah dan berpenampilan menarik terhadap setiap pelanggan	2	8	13	6	3	32
		6%	25%	41%	19%	9%	100%

4.3.2 Analisis Deskriptif *Corporate Image* (X2)

Pada analisis deskriptif variabel dependen yang kedua yaitu, *Corporate Image* (X2). Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menganalisa hasil respon dari sudut pandang 32 responden tentang strategi *Corporate Image*. Berikut respon dari 32 responden :

No	Pertanyaan	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL SKOR
		1	2	3	4	5	
	Corporate Image						
	Identitas perusahaan						
1	PT. Andalan Pacific Samudra telah di kenal banyak orang	8	9	12	1	2	32
		25%	28%	38%	3%	6%	100%
	Reputasi						
2	PT. Andalan Pacific Samudra memberikan citra terbaik ke pelanggan	6	9	10	5	2	32
		19%	28%	31%	16%	6%	100%
	Kualitas perusahaan						
3	PT. Andalan Pacific Samudra mampu memberikan kinerja yang maksimal terhadap pelanggan	3	11	10	5	3	32
		9%	34%	31%	16%	9%	100%
	Kualitas fisik						
4	PT. Andalan Pacific Samudra mampu	6	8	11	4	3	32

	memberikan rasa nyaman dan aman kdpelangan	19%	25%	34%	13%	9%	100%
	Kualitas interakti						
5	PT. Andalan Pacific Samudra mampu memberikan hubungan timbal balik yang baik kpd setiap pelanggan	7	12	9	1	3	32
		22%	38%	28%	3%	9%	100%

4.3.3 Analisis Deskriptif *Trust* (X3)

Pada analisis deskriptif variabel dependen yang ketiga yaitu, *Trust* (X3). Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menganalisa hasil respon dari sudut pandang 32 responden tentang strategi customer trust. Berikut respon dari 32 responden :

No	Pertanyaan	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL SKOR
		1	2	3	4	5	
	Trust						
	Keandalan						
1	PT. Andalan Pacific Samudra mampukebutuhan secara spesifik	3	10	8	8	3	32
		9%	31%	25%	25%	9%	100%
	Kejujuran						
2	staff marketing PT. Andalan Pacific Samudra mampu memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi lapangan	6	7	11	3	5	32
		19%	22%	34%	9%	16%	100%
	Pikiran						
3	staff marketing PT. Andalan Pacific Samudra slalu memberikan pemikiranyang sistematis	5	6	11	6	4	32
		16%	19%	34%	19%	13%	100%
	Kreadibilitas						
4	kualitas pelayanan yg diberikan oleh PT.Andalan	3	4	16	5	4	32

	Pacific Samudra selalu memberikan kesan positif	9%	13%	50%	16%	13%	100%
--	---	----	-----	-----	-----	-----	------

4.3.4 Analisis Deskriptif *Customer Satisfaction* (Y)

Pada analisis deskriptif variabel independen yaitu *Customer Satisfaction* (Y). Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menganalisa hasil respon dari sudut pandang 32 responden tentang *Customer Satisfaction*. Berikut respon dari 32 responden :

No	Pertanyaan	DISTIRBUSI SKOR					TOTAL SKOR
		1	2	3	4	5	
	<i>Customer Satisfaction</i>						
	Dengan cara membeli kembali produk						
1	saya selalu menggunakan jasa PT. Andalan Pacific Samudra dibandingkan menggunakan jasa perusahaan lain yg sejenisnya	6	4	12	8	2	32
		19%	13%	38%	25%	6%	100%
	Mengucapkan urusan yang sepatutnya baik tentang industri kepada orang lain dengan cara merekomendasikan						
2	saya selalu menceritakan pelayanan yang diberikan oleh PT. Andalan Pacific Samudra kpd semua orang	3	11	9	7	2	32
		9%	34%	28%	22%	6%	100%
	Kurang mengamati brand dan promosi produk asing						
3	PT. Andalan Pacific Samudra kurang memahami strategi para kompetitor	4	9	12	4	3	32
		13%	28%	38%	13%	9%	100%
	Membeli ciptaan lain dari industri yang setara						

4	saya membandingkan hasil kinerja yang diberikan oleh PT. Andalan Pacific Samudra dengan perusahaan yang sejenisnya	2	10	16	2	2	32
		6%	31%	50%	6%	6%	100%
	Menawarkan ide produk dan kontribusi kepada perusahaan						
5	staff marketing PT. Andalan Pacific Samudra slalu memberikan ide ide yang kreatif pada pelanggan	5	8	7	9	3	32
		16%	25%	22%	28%	9%	100%

4.4 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan uji tahap pertama dalam pengolahan data penelitian. Pada uji kualitas data ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 27 sebagai alat untuk pengolahan data hasil kuesioner dari 32 responden. Berikut Uji Kualitas Data pada penelitian pengaruh *service quality*, *corporate image* dan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Andalan Pacific Samudra

4.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan tahapan pertama pada uji kualitas data. Uji validitas ditujukan untuk menguji dan mengetahui apakah data yang akan diteliti valid atau tidak valid. Data kuesioner dianggap valid jika *rhitung* > *rtabel* serta nilai sig. < 0,05 untuk tiap item pernyataan.

1. Uji Validitas Variabel *Service Quality* (X1)

Berdasarkan olah data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27, maka tabel uji validitas untuk variabel *Service Quality* (X1) sebagai berikut :

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel *Service Quality*(X1)

Item Pernyataan	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Nilai Sig.	Ket.
X1.1	0,875	0,349	< 0,001	Valid
X1.2	0,871	0,349	< 0,001	Valid
X1.3	0,753	0,349	< 0,001	Valid

X1.4	0,836	0,349	< 0,001	Valid
X1.5	0,770	0,349	< 0,001	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, pada variabel *Service Quality* (X1) memiliki 85 pernyataan. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada variabel *Service Quality* (X1) adalah valid dan dapat diuji selanjutnya, dikarenakan hasil pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai $sig. < 0,05$

2. Uji Validitas Variabel *corporate image* (X2)

Berdasarkan olah data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27, maka tabel uji validitas untuk variabel *corporate image* (X2) sebagai berikut :

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel *Corporate Image* (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Ket.
X2.1	0,815	0,349	< 0,001	Valid
X2.2	0,802	0,349	< 0,001	Valid
X2.3	0,850	0,349	< 0,001	Valid
X2.4	0,872	0,349	< 0,001	Valid
X2.5	0,865	0,349	< 0,001	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, pada variabel *corporate image* (X2) memiliki 5 pernyataan. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada variabel *corporate image* (X2) adalah valid dan dapat diuji selanjutnya, dikarenakan hasil pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai $sig. < 0,05$.

3. Uji Validitas Variabel *Trust* (X3)

Berdasarkan olah data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27, maka tabel dan hasil output uji validitas untuk variabel *Trust* (X3) sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel *Trust* (X3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Ket.
X3.1	0,904	0,349	< 0,001	Valid
X3.2	0,880	0,349	< 0,001	Valid
X3.3	0,912	0,349	< 0,001	Valid
X3.4	0,847	0,349	< 0,001	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, pada variabel *Trust* (X3) memiliki 10 pernyataan. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada variabel *Trust* (X3) adalah valid dan dapat di uji selanjutnya, dikarenakan hasil pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai $sig. < 0,05$.

4. Uji Validitas Variabel *customer satisfaction* (Y)

Berdasarkan olah data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27, maka tabel uji validitas untuk variabel *customer satisfaction* (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Ket.
Y.1	0,829	0,349	< 0,001	Valid
Y.2	0,902	0,349	< 0,001	Valid
Y.3	0,843	0,349	< 0,001	Valid
Y.4	0,818	0,349	< 0,001	Valid
Y.5	0,885	0,349	< 0,001	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.10, pada variabel *customer satisfaction* (Y) memiliki 5 pernyataan. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada variabel *customer satisfaction* (Y) adalah valid dan dapat diuji selanjutnya, dikarenakan hasil pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai $sig. < 0,05$

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menguji dan menganalisa data yang telah di uji validitas sudah reliabel atau belum. Hal tersebut tentunya peneliti menyesuaikan dengan dasar pengambilan keputusan, yakni apabila nilai Cronbach alpha $> 0,60$. Berikut tabel hasil uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbatch's Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	0,879	0,600	Reliabel
<i>Corporate Image</i> (X2)	0,896	0,600	Reliabel
<i>Trust</i> (X3)	0,907	0,600	Reliabel

<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	0,906	0,600	Reliabel
----------------------------------	-------	-------	----------

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa Uji Reliabilitas untuk variabel *Service Quality (X1)*, *Corporate Image (X2)*, *Trust (X3)* dan *Customer Satisfaction (Y)* dikatakan data reliabel. Hal tersebut dikarenakan hasil output *Cronbach's Alpha* pada masing masing variabel $> 0,60$

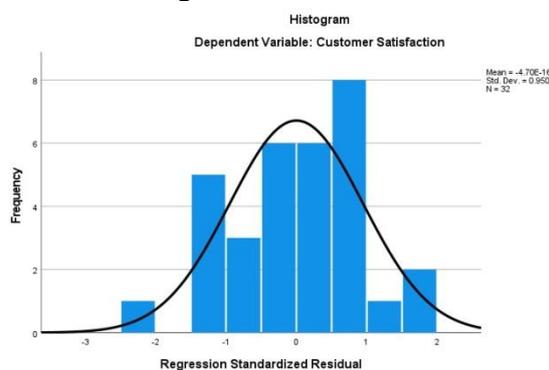
4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji tahap kedua setelah uji kualitas data. Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah data yang akan diteliti bersifat normal dan tidak terjadi multikolinertitas serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 27 untuk menganalisa hasil kuesioner 32 responden. Berikut Uji Asumsi Klasik pada penelitian pengaruh *service quality, corporate image* dan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Andalan Pacific Samudra

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji data yang akan diteliti bersifat normal atau tidak. Pada tahapan uji normalitas, peneliti menggunakan Grafik Hostogram, Grafik Normal P-Plot dan uji Kolmogrov-Smirnov. Berikut Uji Normalitas pengaruh *service quality, corporate image* dan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Andalan Pacific Samudra

1. Grafik Histogram

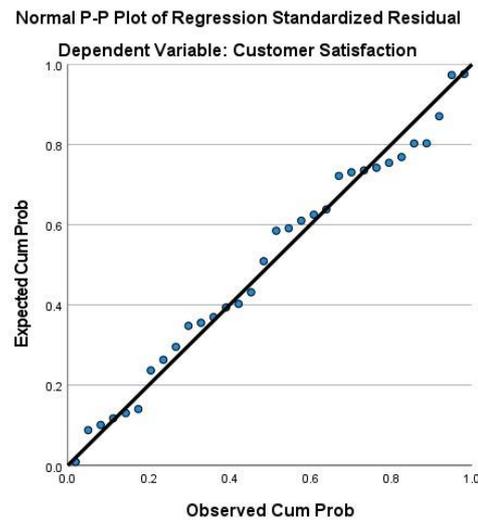


Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan Grafik Histogram Uji Normalitas tersebut berbentuk seperti lonceng, dimana hal tersebut diartikan bahwa data terdistribusi normal. Dengan begitu, hasil dari uji normalitas hasil kuesioner 32 responden dikatakan data normal.

2. Normal P-Plot



Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot Uji Normalitas

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan Gambar 4.3, data (titik-titik) tidak menyebar jauh dari garis diagonal dan mendekati garis diagonal. Hal tersebut diartikan bahwa data normal, karena syarat data normal dengan menggunakan Normal P-Plot, jika data (titik-titik) tidak menyebar jauh dari garis diagonal

3. Kolomogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		32	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.14141834	
Most Extreme Differences	Absolute	.091	
	Positive	.091	
	Negative	-.089	
Test Statistic		.091	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.706	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.694
		Upper Bound	.717

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Gambar 4.4 Uji Normalitas Kolmogriv-Smirnov

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan output Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov tersebut nilai Asymp. Sig. 0,200. Syarat data normal dengan Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov adalah nilai Asymp. Sig. $> 0,05$. Dapat dikatakan data hasil kuesioner 32 responden bersifat normal dan dapat diuji selanjutnya.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diteliti ada hubungan antar variabel independent atau tidak. Syarat data tidak terdapat Multikolinearitas nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $< 0,1$. Berikut hasil output SPSS versi 27 untuk Uji Multikolinearitas.

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.213	3.840		1.618	.117		
	Service Quality	.429	.182	.420	2.362	.025	.848	1.179
	Cooperate Image	.432	.173	.446	2.495	.019	.838	1.193
	Trust	-.342	.201	-.305	-1.704	.099	.840	1.191

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Gambar 4.5 Uji Multikolinearitas

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Tabel 4.12 Tabel Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Kolerasi Statistic		Keterangan
	Toleranc e	VIF	
<i>Service Qualilty X₁</i>)	0,848	1.179	Tidak terdapat Multikolinearitas
<i>Corporate Image (X₂)</i>	0,838	1.193	Tidak terdapat Multikolinearitas
<i>Trust (X₃)</i>	0,840	1.191	Tidak terdapat Multikolinearitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil output beserta tabel Uji Multikolinearitas, dapat dikatakan, data tidak terdapat multikolinearitas. Hal tersebut dikarenakan bahwa nilai VIF pada setiap variabel independent lebih kecil dari standar nilai VIF yang ditentukan dan nilai Tolerance lebih lebih besari dari standar nilai Tolerance yang ditentukan, atau nilai $VIF < 10$ dan nilai $TOL > 0,1$

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

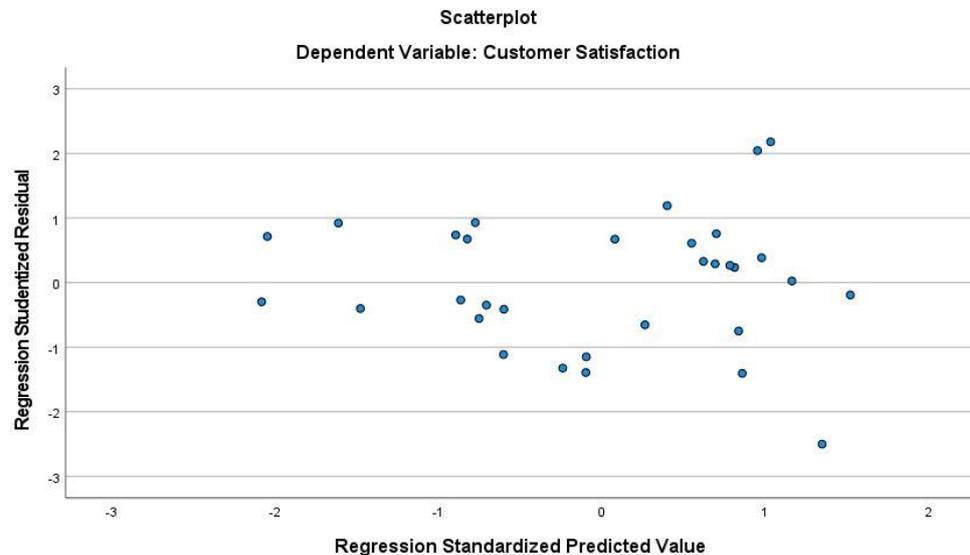
Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk untuk menguji dan menganalisa suatu data terdapat ketidaksamaan antara varian residual dari satu pengujian ke pengujian lain dalam model regresi. Dalam uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan metode Glejser, dimana syarat data tidak terjadi heteroskedastisitas adalah nilai $Sig. > 0,05$. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian pengaruh *service qualilty, corporate image* dan *trust* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Andalan Pacific Samudra

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.213	3.840		1.618	.117
	Service Quality	.429	.182	.420	2.362	.025
	Coorporate Image	.432	.173	.446	2.495	.019
	Trust	-.342	.201	-.305	-1.704	.099

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023



Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Output SPSS versi 27, 2023

Tabel 4.14 Tabel Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t - Statistik	Sig.	Keterangan
Service Quality (X1)	2,362	0,025	Tidak terdapat Heteroskedastisitas
Corporate Image (X2)	2,495	0,019	Tidak terdapat Heteroskedastisitas
Trust (X3)	-1,704	0,099	Tidak terdapat Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil output Uji Heteroskedastisitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut, dikarenakan nilai Sig. lebih besar dari 0,05 atau nilai Sig. $> 0,05$ dan pada gambar Scatterplot, data (titik-titik) tidak membentuk suatu pola.

4.5.4 Uji Linieritas

Uji Linieritas menjelaskan bahwa uji ini memiliki tujuan yaitu untuk dapat mengetahui apakah uji yang di lakukan itu apakah sudah benar dan apakah dua variabel yang akan di uji mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Untuk dapat melihat nilai sig. jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka uji tersebut dikatakan linear.

Tabel 4.15 Tabel Uji Linieritas

Variabel	Deviation From Linearity	Sig.	Keterangan
Service Quality	0,842	0,05	Linear
Corporate Image	0,363	0,05	Linear
Trust	0,276	0,05	Linear

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Kesimpulan yang di ambil dari tabel tersebut hasil uji linieritas diatas adalah semua variabel bebas yang ada pada penelitian ini memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat. Sebab bisa di lihat melalui semua nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* di atas 0,05

4.6 Regresi Liner Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk mengatui tidak ada atau adanya pengaruh pada variabel independent dengan variabel dependen. Pada penelitian ini, Analisis Regresi Linear Berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Service Quallilty* (X1), *Corporate Image* (X2) dan *Trust* (X3) Terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Berikut hasil output Regresi Linear Berganda.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.154	3.880		1.586	.124
	SERVICE QUALITY	.427	.182	.419	2.347	.026
	COORPORATE IMAGE	.438	.178	.442	2.461	.020
	TRUST	-.344	.202	-.306	-1.704	.099

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Gambar 4.8 Regresi Linear Berganda

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan Gambar 4.8, terdapat hasil output Regresi Linear Berganda tersebut, dapat dimasukkan kedalam rumus Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 6,154 + 0,427X_1 + 0,438X_2 + -0.344X_3 + e$$

Dengan keterangan :

- Y = *customer satisfaction*
 α = Koefisien konstanta
 β_1 = Koefisien regresi *Service Quality*
 β_2 = Koefisien regresi *Corporate Image*
 β_3 = Koefisien regresi *Trust*
 X_1 = *Service Quality*
 X_2 = *Corporate image*
 X_3 = *Trust*
 e = Estimasi error

Setelah melakukan uji regresi liner berganda bisa dilihat bahwa koefisien regresi dari variabel bebas X_1 bertanda (+), X_2 bertanda (+), dan X_3 bertanda (+). Bisa diartikan apabila service quality meningkat maka Customer Satisfaction bisa meningkat, apabila Corporate Image meningkat maka Customer Satisfaction bisa meningkat, apabila Trust meningkat maka Customer Satisfaction bisa meningkat juga. Berdasarkan dari persamaan tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jika nilai dari variabel service quality (X_1), Corporate Image (X_2), dan Trust (X_3) menunjukkan angka 0, maka variabel kinerja karyawan tetap 6,154 sebab nilai konstanta menunjukkan nilai 6,154
2. Penunjukkan angka pada koefisien service quality (X_1) sebesar 0,427 dalam penunjukkan angka ini berarti bahwa variabel service quality (X_1) berbanding lurus atau berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction (Y). Maksudnya jika terjadi kenaikan angka 1% pada variabel service quality (X_1), maka pada variabel Customer Satisfaction (Y) juga akan terjadi kenaikan sebesar 0,427
3. Penunjukkan angka pada koefisien Corporate Image (X_2) sebesar 0,438 dalam penunjukkan angka ini berarti bahwa variabel Corporate Image (X_2) berbanding lurus atau berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction (Y). Maksudnya

jika terjadi kenaikan angka 1% pada variabel Corporate Image (X2), maka pada variabel Customer Satisfaction (Y) juga akan terjadi kenaikan sebesar 0,438.

4. Penunjukkan angka pada koefisien Trust (X3) sebesar 0,344 dalam penunjukkan angka ini berarti bahwa variabel Trust (X3) berbanding lurus atau berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction (Y). Maksudnya jika terjadi kenaikan angka 1% pada variabel Trust (X3), maka pada variabel Customer Satisfaction (Y) juga akan terjadi turun sebesar 0,344

4.7 Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Hipotesis Uji Parsial (Uji T) bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara parsial atau individu. Pada penelitian ini, Uji Parsial (Uji T) untuk menguji apakah *Service Qualilty* (X1), *Corporate Image* (X2) dan *Trust* (X3) Terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Berikut hasil Uji Parsial (Uji T).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.154	3.880		1.586	.124
	SERVICE QUALITY	.427	.182	.419	2.347	.026
	COORPORATE IMAGE	.438	.178	.442	2.461	.020
	TRUST	-.344	.202	-.306	-1.704	.099

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Gambar 4.9 Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Tabel 4.15 Tabel Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Konfirmasi Hipotesis
<i>Service Qualilty</i> (X1)	2,347	2,045	0,026	Diterima
<i>Corporate Image</i> (X2)	2,461	2,045	0,020	Diterima
<i>Trust</i> (X3)	-1.704	2,045	0,099	Ditolak

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji T) menunjukkan nilai koefisien β_1 sebesar 0,427 dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ yang dapat dikatakan terdapat

pengaruh positif dan signifikan variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil pengujian selaras dengan hipotesis yang telah dibuat dimana pengaruh *Quality* terhadap *Customer Satisfaction* adalah positif dan signifikan. Nilai t-hitung sebesar 2,347 sedangkan t-tabel sebesar 2,045. Jika t-hitung > t-tabel maka nilai signifikannya lebih kecil dari 5% dan hipotesis diterima. Hal ini berarti bahwa semakin besar atau sering *Service Quality* yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin meningkat *Customer Satisfaction* tersebut

Hasil pengujian pada Hipotesis kedua yaitu menunjukkan koefisien β_2 sebesar 0,438 dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ yang dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil pengujian selaras dengan hipotesis yang telah dibuat dimana pengaruh *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction* adalah positif dan signifikan. Nilai t-hitung sebesar 2,461 sedangkan t-tabel 2,045. Jika t-hitung > t-tabel maka nilai signifikannya lebih kecil dari 5% dan hipotesis diterima. Hal ini berarti semakin besar *Corporate Image* yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin meningkat *Customer Satisfaction* tersebut.

Hasil pengujian pada Hipotesis ketiga yaitu menunjukkan koefisien β_3 sebesar -0,344 dengan nilai signifikansi $0,099 > 0,05$ yang dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil pengujian tidak selaras dengan hipotesis yang telah dibuat dimana pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction* adalah positif dan signifikan. Nilai t-hitung sebesar -1,704 sedangkan t-tabel 2,045. Jika t-hitung < t-tabel maka nilai signifikansinya lebih besar dari 5% dan hipotesis ditolak. Hal ini berarti bahwa *Trust* yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap meningkatnya *Customer Satisfaction*

4.8 Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat bersamaan atau simultan. Pada penelitian ini, Uji Simultan (Uji F) untuk menguji apakah

Service Quality (X1), Corporate Image (X2) dan Trust (X3) Terhadap Customer Satisfaction (Y). Berikut hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.165	3	57.722	3.025	.046 ^b
	Residual	534.335	28	19.083		
	Total	707.500	31			

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

b. Predictors: (Constant), TRUST, SERVICE QUALITY, COORPORATE IMAGE

Gambar 4.10 Hipotesis Uji simultan(Uji F)

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Untuk bisa menarik sebuah kesimpulan dari uji F tersebut bisa dilihat dari F tabel yang ada. Dikatakan variabel dikatakan berpengaruh apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$. Berikut cara mencari F tabel :

$$f\text{-tabel} = k ; n - k$$

Keterangan:

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

$$\text{Jadi, } f\text{-tabel} = 2 ; 32 - 3$$

$$= 2 ; 29$$

$$= 2,29$$

Dari perhitungan dan uji diatas bisa dilihat bahwa nilai F hitung $3.025 > 2,29$ dengan signifikan $0,046 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel service quality, corporate image dan trust secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction

4.9 Koefisien Determinan (R²)

Koefisien Determinan (R²) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil dari uji Koefisien Determinan (R²) pada penelitian pengaruh *service*

quality, corporate image dan trust terhadap customer satisfaction pada PT. Andalan Pacific Samudra

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.164	4.36845

a. Predictors: (Constant), TRUST, SERVICE QUALITY, CORPORATE IMAGE

Gambar 4.11 Koefisien Determinan (R²)

Sumber : Data output SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan hasil regresi pada gambar 4.9 , terdapat nilai Adj. R Square sebesar 0,164 dengan persentase 16.4% variabel *Customer Satisfaction* yang dapat dijelaskan oleh variabel *Service Quality*, *Corporate Image* dan *Trust* sedangkan sisanya sebesar 83,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model persamaan yang digunakan. Dapat dikatakan, variabel bebas dinyatakan moderat dalam mempengaruhi variabel terikat.

4.10 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Service Quality (X1) Terhadap Customer Satisfaction (Y)

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Service Quality terhadap Customer Satisfaction. Dari respon kuesioner yang diisi oleh responden, pimpinan perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra selalu memperhatikan kualitas pelayanan bagi customernya, agar customer merasakan bagaimana kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Jadi dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa PT. Andalan Pacific Samudra memberikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat melalui uji T untuk variabel service quality dengan t hitung senilai 2,347 dengan tingkat signifikansi 0,026 yang artinya service quality berpengaruh terhadap Customer Satisfaction PT. Andalan Pacific Samudra

Hasil pengujian pertama ini sejalan dengan hasil dari pengujian penelitian terdahulu yang juga mendukung adanya hubungan positif dan signifikan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* yakni penelitian yang dilakukan oleh Eka Fais Wahyuli (2020) yang juga meneliti variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* yang memberikan hasil bahwa dengan memberikan *Service Quality* dapat meningkatkan *Customer Satisfaction*

Service quality merupakan tingkat penilaian pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dari perusahaan atas pelayanan yang telah diterima oleh customer. selama proses penyampaian berlangsung antara perusahaan dengan pelanggan, maka pelanggan akan bisa merasakan bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan, apabila dalam pelayanan tersebut dapat diterima baik oleh pelanggan dapat di artikan bahwa customer merasa puas atas service yang telah diberikan Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya penjualan pada PT. Andalan Pacific Samudra dari tahun 2020 hingga 2022. Dengan demikian, *Service quality* dikatakan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada PT. Andalan Pacific Samudra.

4.8.2 Pengaruh Corporate Image (X2) Terhadap Customer Satisfaction (Y)

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction*. Dari respon keusioner yang diisi oleh responden, pimpinan perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra selalu memperhatikan citra perusahaan bagi pelanggannya, membenarkan bahwa citra perusahaan mempunyai dampak yang cukup layak signifikan akan kepuasan pelanggan. Jadi dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa PT. Andalan Pacific Samudra memberikan citra perusahaan yang baik pada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan. Hal ini dilihat melalui uji T untuk variabel Corporate Image dengan t hitung senilai 2,461 dengan tingkat signifikansi 0,020 yang artinya Corporate

Image berpengaruh terhadap Customer Satisfaction PT. Andalan Pacific Samudra

Hasil pengujian kedua ini sejalan dengan hasil dari pengujian terdahulu yang juga mendukung adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction*. yakni penelitian yang dilakukan Maryati, Nana Darna dan Ali Muhidin (2020) yang juga meneliti variabel *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction* yang memberikan hasil bahwa dengan memberikan *Corporate Image* dapat meningkatkan *Customer Satisfaction*.

Corporate image memiliki mengantongi posisi yang sangat penting bagi industri agar memiliki citra yang baik maupun kuat di hati para pelanggannya, maka dari itu organisasi patut menghamparkan citra yang bermbang dengan program institusi tertera. Citra perusahaan ialah elemen pertama yang harus dipunyai sebab setiap industri baik industri besar maupun industri kecil. citra perusahaan sudah baik maka kepuasan konsumen akan meningkat

4.8.3 Pengaruh *Trust* (X3) Terhadap *Customer Satisfaction* (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*. Dari respon kuesioner yang diisi oleh responden, pimpinan perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra belum sepenuhnya memberikan pengalaman kepada pelanggannya, baik itu pengalaman marketing dengan kinerja yang dihasilkan, semakin kurangnya pengalam marketing yang diberikan maka *customer* tidak bisa memberikan loyalitas kepada perusahaan sepenuhnya. Jadi dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Trust* di PT. Andalan Pacific Samudra tidak berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat melalui uji T untuk variabel *Trust* dengan t hitung senilai -1.704 dengan tingkat signifikansi 0,099 yang artinya *Trust* berpengaruh terhadap Customer Satisfaction PT. Andalan Pacific Samudra

Trust merupakan strategi marketing untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dari pelanggan dengan memberikan pengalaman yang berkesan dan menarik dalam setiap transaksi pengguna jasa pada perusahaan. Dengan memberikan pengalaman yang berkesan kepada setiap *customer*, membuat para *customer* lebih memilih menggunakan jasa pada perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra. Namun, hal tersebut tidak sejalan dengan hasil respon dari responden yang menyatakan *Trust* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Dengan demikian, peningkatan penjualan pada PT. Andalan Pacific Samudra tidak ada pengaruh dengan *Trus*