

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN CUSTOMER
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA**

SKRIPSI

DISUSUN DAN DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS PRODI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA



DISUSUN OLEH :

Nama : Lutfiani Nur Cahyani
NIM : 19110049
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Pembimbing : Dian Arisanti, S.Kom, MM.

**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Lutfiani Nur Cahyani

NIM : 19110049

Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harapan Customer Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Andalan Pacific Samudra

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya tulis ini merupakan hasil karya sendiri dengan merujuk pada sumber-sumber terpercaya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Surabaya, 1 Mei 2023

Penulis

GEBFAKX633317116
Lutfiani Nur Cahyani
19110049

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN CUSTOMER DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA**

DISUSUN OLEH :

**NAMA : LUTFIANI NUR CAHYANI
NIM : 19110049**

Telah dipresentasikan didepan dewan penguji dan dinyatakan LULUS pada,
Hari/Tanggal :

DEWAN PENGUJI

**PENGUJI 1 : SOEDARMANTO, SE, MM
NIDN : 0322036902**


(.....)

**PENGUJI 2 : MEYTI HANNA ESTER KALANGI, S.Sos, MM
NIDN : 0717057703**


(.....)

Mengetahui,
**STIA DAN MANAJEMEN KEPSELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA
KETUA**


Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI. M.MT
NIDK : 8891880018

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN CUSTOMER DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA**

DIAJUKAN OLEH :

**NAMA : LUTFIANI NUR CAHYANI
NIM : 19110049**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

Menyetujui,
PEMBIMBING

**PEMBIMBING : DIAN ARISANTI, S.Kom, MM.
NIDN : 0709058202**



(.....)

Mengetahui,
KETUA PROGRAM STUDI

SOEDARMANTO, S.E., MM
NIDN : 0322036902

**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA
KETUA**



Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI. M.MT
NIDK : 8891880018

ABSTRAK

LUTFIANI NUR CAHYANI, 19110049
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN CUSTOMER DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA.

Skripsi : Program Studi Administrasi Bisnis, 2023
Kata Kunci : Analisis Pelayanan, Harapan Customer dan Citra
Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan bisnis saat ini sedang kompetitif, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang saat ini sedang mengembangkan perusahaannya, dari segi kualitas, pelayanan dan fasilitas yang membuat para customer pun puas dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Namun terlepas dari itu semua, keberhasilan suatu perusahaan harus dilandasi dengan adanya strategi pemasaran yang semaksimal mungkin.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1), Harapan Customer (X2) Dan Citra Perusahaan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di PT. Andalan Pacific Samudra. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah customer PT. Andalan Pacific Samudra sedangkan sampel berjumlah 32 responden dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang digunakan yaitu diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data di analisis, dilakukan pengujian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil olah data menunjukkan item kuesioner bersifat valid dan semua variabel bersifat reliabel.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), Harapan Customer (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan Citra Perusahaan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, lalu secara simultan kualitas pelayanan (X1), Harapan Customer (X2) dan Citra Perusahaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan semester VIII di STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI Surabaya.

Penulis skripsi ini disusun sebagai tugas akhir kuliah yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI Surabaya. Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Sumarzen Marzuki, M.MT., selaku Ketua di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Keperlabuhan Surabaya;
2. Bapak Soedarnanto, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Keperlabuhan Surabaya;
3. Ibu Dian Arisant, S.Kom, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu serta arahan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi;
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta Staff Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Keperlabuhan Surabaya;
5. Ibu Nita selaku HRD di PT. Andalan Pacific Samudra yang telah mengizinkan peneliti untuk dapat melakukan penelitian skripsi saya;
6. Ibu Nur Qomariyah, selaku pembimbing skripsi di PT. Andalan Pacific Samudra yang telah membantu saya dalam mencari data yang dibutuhkan dalam pengerjaan skripsi;
7. Seluruh karyawan PT. Andalan Pacific Samudra yang telah membantu melancarkan segala kebutuhan untuk menyelesaikan skripsi ini serta selalu memberi semangat kepada saya;
8. Untuk teman saya yang sudah membantu melancarkan membantu dan menyelesaikan skripsi saya serta membantu membimbing saya dan menemani saya dalam pengerjaan skripsi hingga selesai secara keseluruhan,
9. Untuk Orang Tua Saya. Yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat saya guna menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman saya angkatan tahun 2019, teman seperjuangan dari semester 1 hingga akhir saat ini.
11. Semua pihak yang mencintai dan menyayangi saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 1 Mei 2023
Penulis,

Lutfiani Nur Cahyani
NIM 19.110049

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Kualitas Pelayanan	7
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	8
2.2 Harapan Customer	8
2.2.1 Pengertian Harapan Customer	8
2.3 Citra Perusahaan	10
2.3.1. Pengertian Citra Perusahaan	10
2.3.2. Indikator Citra Perusahaan	10
2.4 Kepuasan Pelanggan	11
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	11
2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	11
2.4.3 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	13
2.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	13
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	14
2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	14
2.5.2 Pengaruh Harapan Customer Terhadap Kepuasan Pelanggan	14
2.5.3 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	14
2.6 Penelitian Sebelumnya	14
2.7 Kerangka Model Konseptual	18
2.8 Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Tempat Dan Waktu.....	20
3.3 Jenis Dan Sumber Data	20
3.3.1 Jenis dan sumber data yang diambil atau digunakan penelitian terdapat 2 jenis	20
3.3.2 Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.....	20
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian ini	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5.1 Observasi	23
3.5.2 Kuisisioner	23
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	23
3.6.1 Variabel Bebas (Independen)	23
3.6.2 Variabel Terikat (Dependen).....	24
3.7 Skala Pengukuran	25
3.8 Proses Pengolahan Data	25
3.9 Uji Instrumen (Uji Validat dan Uji Reliabilitas)	26
3.10 Uji Asumsi Klasik	26
3.11 Uji Hipotesis	28
3.12 Uji Regresi Linear berganda.....	29
3.13 Uji Koefisien Kolerasi dan Koefisien Determinasi	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra	31
4.1.2 Visi dan Misi PT. Andalan Pacific Samudra.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi Tugas dan Wewenang	32
4.2 Karakteristik Responden Penelitian.....	34
4.3 Analisis Deskriptif Responden	35
4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1).....	36
4.3.2 Analisis Deskriptif Harapan Customer (X2)	38
4.3.3 Analisis Deskriptif Citra Perusahaan (X3)	39
4.3.4 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y).....	41
4.4 Uji Instrumen.....	43
4.4.1 Uji Validitas.....	43
4.4.2 Uji Reabilitas	46
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.5 Hipotesis	53
4.4.6 Koefisien Determinasi Berganda.....	55
4.4.7 Pengaruh Hipotesis yang berpengaruh Dominan	56

4.5 Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.4 Jumlah Populasi Customer PT. Andalan Pacific Samudra	21
Tabel 4.2 Karakteristik Nama Perusahaan	34
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1).....	36
Tabel 4.3 Deskriptif Harapan Pelanggan (X2).....	37
Tabel 4.3 Deskeptif Citra Perusahaan (X3)	38
Tabel 4.3 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)	42
Tabel 4.4 Validitas X1	44
Tabel 4.4 Validitas X2	44
Tabel 4.4 Validitas X3	45
Tabel 4.4 Validitas Y	45
Tabel 4.4 Uji Reabilitas	46
Tabel 4.5 Grafik P-plot	48
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 Kerangka Konseptual Penelitian	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Andalan Pacific Samudra	32
Gambar 4.5 Grafik Histogram	48
Gambar 4.5 Uji Simornoff	48
Gambar 4.5 Uji Heteroditas	50
Gambar 4.6 Uji T	54
Gambar 4.6 Uji F	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Permohonan Skripsi
- Lampiran 2 lembar Pengantar Penelitian
- Lampiran 3 Lembar Persetujuan Penelitian
- Lampiran 4 Bimbingan
- Lampiran 5 Form Kuisisioner dan Data Presentasenya
- Lampiran 6 Uji Validitas X_1, X_2, X_3, Y
- Lampiran 7 Uji reliabilitas
- Lampiran 8 Uji F dan Uji T
- Lampiran 9 Uji Normalitas
- Lampiran 10 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 11 Uji heterokedastisitas
- Lampiran 12 Uji Autokorelasi
- Lampiran 13 Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 Uji F Tabel
- Lampiran 15 Uji T Hitung

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Hal ini didukung oleh (Jeniriana Nitjano, 2012) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Wyock dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2014) “Kualitas pelayanan merupakan sebagai tingkat keunggulan yang diinginkan dan usaha untuk mempertahankan kualitas untuk memenuhi keinginan konsumen”. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Dengan pelayanan yang baik maka perusahaan akan dapat berkembang dengan baik sehingga pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan akan kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan (Ihsan, 2018).

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi bagaimana kepuasan pelanggan, hal ini juga berdampak erat dengan kelangsungan bertahannya atau bertumbuhnya suatu perusahaan. Jaminan bahwa layanan yang mereka peroleh adalah benar dapat diterima dan dilakukan oleh personil yang berkualifikasi atau ahli di bidangnya akan sangat memuaskan pelanggan. Ketika membandingkan efektivitas

dari barang atau jasa yang diinginkan (Muhammad, Seger, Dedi dan Junaid, 2019).

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

Salah satu ukuran bagi sebuah perusahaan untuk mencapai target pencapaian dari kinerja perusahaan yang telah ditetapkan merupakan bagian dari salah satu definisi dan pengertian *employee performance*. Hal ini karena *employee performance* merupakan hasil akhir dari job desk pekerjaan dan aktifitas kerja disuatu perusahaan yang dihasilkan oleh para karyawan (Mirza et al., 2021)

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

Citra perusahaan Menurut Adona (2013) adalah kesan suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman. Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

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

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

Keberhasilan dalam suatu perusahaan tentu tidak lepas dengan yang namanya kinerja manajemennya. Kinerja tersebut ialah hasil dari serangkaian beberapa proses dan pengorbanan dalam berbagai sumber daya. Salah satu parameter kinerja tersebut adalah menurunnya jumlah customer yang berkaitan dengan kenaikan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin menganalisis permasalahan yang terjadi pada PT. Andalan Pacific Samudra, Peneliti mengangkat tema dengan judul : “ Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan rumusan permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Andalan Pacific Samudra ?
2. Apakah Harapan Customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Andalan Pacific Samudra?

3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Andalan Pacific Samudra ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Andalan Pacific Samudra ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada pada rumusan masalah tersebut akan dibahas dengan ringkas dan tidak akan dibahas dengan lengkap, supaya menghindari penimbunan masalah yang baru dan bisa meningkatkan kualitas pelayanan serta agar lebih mudah dimengerti. Dan penulis memberikan batasan masalah mengenai masalah yang diteliti, yaitu “ Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra”.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada pada penelitian tersebut, bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji, menganalisis dan membuktikan:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui apakah harapan customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harapan customer dan citra perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian yang di teliti ini untuk pihak-pihak terkait adalah sebagai berikut :

1. Bagi STIAMAK Barunawati Surabaya

Yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan berfikir bagi mahasiswa, dosen atau yang lainnya, supaya dapat memberikan inovasi terbaru oleh pembaca yang ada di perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian tersebut diharapkan agar perusahaan dapat menciptakan kualitas pelayanan, harapan customer dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra. Serta bagi karyawan PT. Andalan Pacific Samudra supaya lebih semangat untuk melakukan pelayanan yang baik bagi semua customer.

3. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapakan supaya menambah pengetahuan mengenai “ Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra”

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis ingin mempermudah memahami penulisan ini maka penulis memberikan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan tersebut berisi latar belakang yang menjelaskan tentang alasan dan pemikiran penulis terhadap masalah tersebut, rumusan masalah yang berisi permasalahan yang ada di dalam penelitian, batasan masalah yang memberikan batasan tentang penelitian tersebut, tujuan penelitian yang menjelaskan tujuan penulis meneliti perusahaan tersebut, manfaat peneliti yang berisi manfaat bagi perguruan tinggi, bagi perusahaan, dan bagi peneliti itu sendiri, dan yang terakhir di dalam bab pendahuluan yaitu

sistematika penulisan yaitu penulis memberikan gambaran umum dari bab ke bab isi dari penulisan penelitian tersebut.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori, penjelasan terkait diskusi, dan teori penelitian semuanya tercakup dalam bab ini. Dan pengetahuan untuk hipotesis ini berasal dari bahan referensi dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas tentang populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, jenis dan sumber data, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, instrumen dan metode pengumpulan data, serta analisis teknis.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab keempat memberikan ringkasan perusahaan, deskripsi data, serta analisis dan pembahasan temuan studi untuk mengevaluasi hipotesis yang disarankan.

5. BAB V PENUTUP

Dalam bab kesimpulan berisi jawaban dari masalah yang ditulis oleh penulis di dalam penelitian tersebut. Serta saran ditunjukkan pada pihak-pihak terkait didalam objek penelitian untuk memberikan masukan mengenai penelitian yang kurang berfungsi untuk membuat penelitian yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat Hermawan (2018).

2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Rasyidi, R., & Halimatusa'diah, S. (2019) bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencari data mengenai kualitas pelayanan adalah dengan mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas layanan. Beberapa dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan adalah :

1. Keandalan (Reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (Responsiveness), yaitu keinginan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. Empati (Empathy), ini termasuk mempertahankan untuk memberikan sejumlah perhatian individual atau pribadi kepada pelanggan.
4. Bukti Fisik (Tangible), yakni terdiri dari fasilitas fisik, mesin, atau persediaan, biaya, serta konten pakaian dan tulisan.

Cara konsumen atau pelanggan dalam menilai Dimensi Kualitas Jasa di bidang jasa adalah keandalan. Janji ditepati sesuai dengan kinerja yang seharusnya, seperti produktivitas, kualitas layanan yang memenuhi standar yang ada, ketepatan waktu, layanan yang akurat (Tjiptono, 2019).

2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2014) karakteristik pokok suatu pelayanan atau jasa dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu sebagai berikut :

1. Intangibility

Sebelum membeli layanan, itu tidak dapat dilihat, dicicipi, disentuh atau pun dicium. Layanan memiliki fitur kualitas kredibilitas tinggi dan kualitas pengalaman. Kualitas pengalaman mengacu pada kualitas, seperti kualitas, efisiensi, dan kebaikan, yang hanya dapat di evaluasi oleh klien setelah memperoleh atau memanfaatkan layanan.

2. Inseparability

Sementara jasa sering dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi, dan kemudian dimakan sekaligus, barang biasanya dibuat, dijual dan kemudian dikonsumsi. Jadi, komponen kunci pemasaran jasa adalah efisiensi orang dalam memberikan jasa.

3. Variability

Dimana pelayanan itu dihasilkan, ada banyak perbedaan dalam bentuk, kualitas dan jenisnya, membuat pelayanan menjadi sangat bervariasi menjadi output tidak standar. Hal ini terjadi karena penciptaan dan penggunaan jasa sama-sama melibatkan unsur sumber daya manusia.

4. Perishability

Jasa merupakan jenis komoditi yang memiliki masa dimpan terbatas dan tidak dapat ditimbun. Akibatnya, jika suatu layanan tidak digunakan, itu akan kedaluwarsa atau hilang begitu saja.

2.2 Harapan Customer

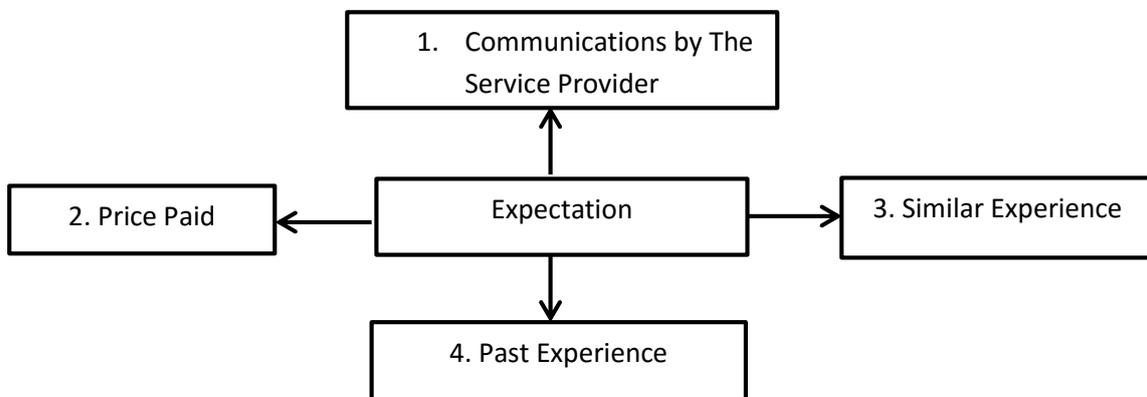
2.2.1 Pengertian Harapan Customer

Harapan customer adalah suatu yang diinginkan atau diantisipasi oleh pengguna jasa, terutama saat mereka membeli atau menggunakan jasa. Kata tersebut digunakan untuk merujuk pada berbagai konsep, termasuk sistem pembayaran, serta gagasan yang jauh lebih luas seperti suasana dan

layanan. Harapan customer fleksibel dapat berubah sebagai akibat dari kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya.

Menurut Kusumawati,A. (2011) bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan. Seperti dijelaskan dalam definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Keinginan dan harapan pelanggan bersifat dinamis atau berubah dari waktu ke waktu. Secara umum dapat dipastikan bahwa pelanggan yang memiliki tingkat ekspektasi yang tinggi akan mempunyai keinginan yang semakin spesifik dan harapan yang semakin tinggi. Harapan dapat terbentuk oleh 4 faktor, seperti digambarkan pada Gambar 2.2.1.



Gambar 2.2.1 Indikator “Harapan Pelanggan”

Sumber: Horovitz (2000) “Harapan Customer”

1. Communications by the service provider

Para penyedia jasa akan terjadi persaingan antar penyedia jasa untuk memasarkan penawarannya kepada pelanggan. Memberi janji iklan dan media lainnya adalah salah satunya. Nantinya, janji-jani tersebut akan menyebabkan konsumen mengembangkan ekspektasi.

2. *Price paid*

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

3. *Past experience*

Jika seorang pelanggan pernah menerima pelayanan yang memuaskan dari suatu bisnis, mereka akan mengantisipasi pengalaman serupa jika mereka menggunakan layanan yang sama di masa depan.

4. *Similiar experience*

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

2.3 Citra Perusahaan

2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan

Citra Perusahaan adalah sesuatu persepsi oleh konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa Menurut Beil (2011).

2.3.2 Indikator Citra Perusahaan

Menurut Rahyuda dan Atmaja (2011) , indikator citra perusahaan dibagi 4 yaitu sebagai berikut:

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

2.4 Kepuasan Pelanggan

2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan, mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan Pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai (Zeithaml dan Bitner 2007). Dibawah ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas

Mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen.

2. Pelayanan konsumen

Tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian.

3. Nilai pelanggan

Selisih antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya pelanggan.

2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Dalam suatu bisnis apa pun, mengukur dan menentukan kepuasan suatu klien menjadi sangat penting. Karena mengambil tindakan ini dapat membantu merancang dan menerapkan cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan umpan balik dan saran. Secara teori, berbagai strategi dan metodologi dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut : (Tjiptono, 2002).

1. Dalam sistem pengaduan dan saran

Setiap bisnis yang berorientasi pada pelanggan harus menawarkan berbagai saluran bagi pelanggan untuk menyalurkan ide, pendapat, dan

keluhan mereka. Informasi yang dikumpulkan melalui strategi ini dapat memberikan perspektif baru dan informasi yang berguna bagi bisnis, membantunya bereaksi secara efektif dan cepat terhadap masalah apa pun yang mungkin terjadi. Karena sifat pasif dari metode ini, sulit untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang kebahagiaan atau ketidakpuasan konsumen karena tidak semua pelanggan yang tidak senang akan mengajukan keluhan.

2. Ghost Shopping

Metode ini merupakan orang yang dipekerjakan (disebut "*Ghost Shopper*") untuk berpura-pura sebagai pembeli saat ini atau masa depan produk perusahaan serta bisnis saingan. Kemudian, berdasarkan pengalaman mereka membeli barang-barang tersebut, mereka berbagai kesimpulan tentang kelebihan dan kekurangan produk perusahaan dan pesaingnya. Selain itu, pembeli hantu dapat melihat bagaimana bisnis dan pesaingnya menanggapi pertanyaan dari pelanggan, memenuhi permintaan tersebut dan mengelola keluhan.

3. Lost customer analysis

Untuk mengetahui mengapa pelanggan berhenti membeli dari mereka atau beralih pemasok, bisnis harus menghubungi mereka. Hanya dengan begitu mereka dapat menghasilkan kebijakan yang lebih baik atau lebih halus. Pemantauan tingkat kehilangan pelanggan sangat penting, serta melakukan wawancara keluar, karena tingkat kehilangan pelanggan yang lebih tinggi menunjukkan bahwa bisnis tidak memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan konsumen

Sebagian besar studi tentang kepuasan pelanggan berbasis survei, bisa dilakukan melalui telepon, survei pos, atau wawancara langsung dan akan menunjukkan kepada kliennya bahwa itu menjadi tolak ukur untuk bisnis mereka.

2.4.3 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2012), metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Berikut ini adalah beberapa aplikasi untuk metode survei kepuasan pelanggan :

1. Pengukuran bisa dilakukan dengan melakukan pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas Anda dengan layanan perusahaan kami” dalam skala “sangat tidak puas”, “agak puas”, “puas”, dan “sangat puas” dapat digunakan untuk mengukur hasil secara langsung.
2. Responden ditanya seberapa besar mereka merasakan dan mengharapkan kualitas tertentu (ketidakpuasan yang diturunkan). Responden diminta untuk membuat daftar masalah apa pun yang mereka miliki dengan produk dan layanan perusahaan, serta perubahan apa pun yang mereka miliki dengan produk dan layanan perusahaan.
3. Menurut relevansi relatif dari setiap aspek dan kinerja perusahaan di masing-masing aspek dan kinerja perusahaan di masing-masing aspek (peringkat kepentingan/kinerja), responden dapat diminta untuk mengurutkan berbagai elemen penawaran.

2.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012), metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Berikut ini adalah beberapa aplikasi untuk metode survei kepuasan pelanggan.

1. Kesesuaian Harapan.
Adalah sejauh mana penyampaian jasa memenuhi harapan dan kepuasan konsumen
2. Minat berkunjung kembali.
Adalah kemungkinan bahwa pelanggan akan kembali atau menggunakan layanan Kesediaan Merekomendasi adalah kesediaan klien untuk menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pelayanan yang diterimanya.

3. Kesiediaan Merekomendasi.

Yaitu kesiediaan klien untuk menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pelayanan yang diterimanya.

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

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

2.5.2 Pengaruh Harapan Customer Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harapan Customer berpengaruh terhadap keputusan konsumen atas merek/jenis produk atau jasa yang akan dibeli. Selama konsumsi dapat dipengaruhi berupa sikap petugas pelayanan, pelanggan dan peralatan. Pada tahap pasca, harapan dari dasar evaluasi kepuasan dikutip dalam (Samaan, 2014).

2.5.3 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Citra perusahaan berpengaruh terhadap Keterkaitan kualitas pelayanan, harapan customer, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Menurut Hui, Kandampully dan Juwaheer (2009). Menyatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang kualitas pelayanan, harapan customer terhadap kepuasan pelanggan ini mempunyai beberapa acuan ataupun referensi dari penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Berikut judul serta hasil penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Ekspektasi Konsumen, Nilai Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen, Sujana dan Maudrey Pandu (2018)	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.	Kesimpulan berikut dapat dibuat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan informasi yang dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya. Loyalitas konsumen dipengaruhi secara positif tetapi sedikit oleh harapan, secara positif dan signifikan oleh nilai, secara positif dan signifikan oleh kepuasan, dan secara positif dan signifikan oleh harapan, nilai dan kepuasan yang digabungkan.
2	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Ank Bukopin Cabang Jember, Agung Dwi Hermawan, Ageng Pratiwi dan Yudhitia Dian Putra (2021)	Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana strategi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Bukopin dalam meningkatkan loyalitas nasabah.	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tabungan Bank Bukopin dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan, dan bahwa loyalitas nasabah pada tabungan Bank Bukopin juga dipengaruhi secara signifikan oleh keunggulan produk. Taktik ini terdiri dari: Dalam teknik ini, keandalan dicari sehingga anggota staf dapat

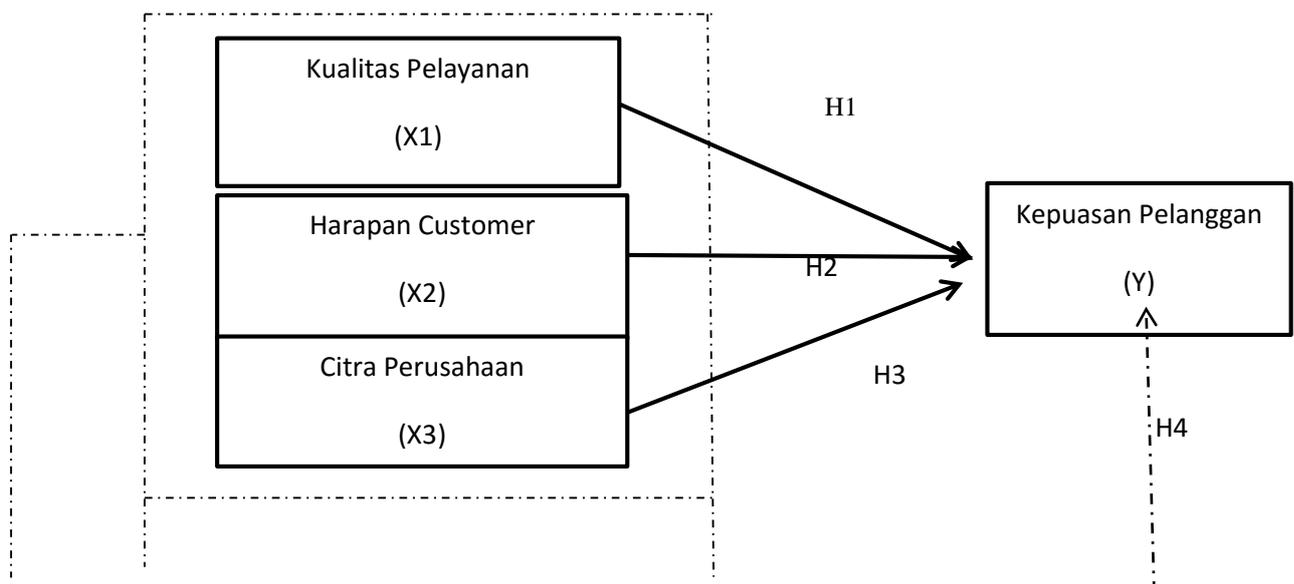
			<p>membantu klien menerima layanan yang dapat diterima. Dalam hal ini hubungan antara Bank Bukopin dan nasabahnya bersifat transaksional dan tahan lama. Pemasaran relasional memperlakukan konsumen seperti mitra atau teman untuk mengurangi kesenjangan antara Bank dan Kliennya. Dalam hal ini, hubungan antara Bukopin dan Kliennya tidak hanya sepihak dalam transaksi bisnis itu juga tahan lama. Bukopin memiliki tingkat peminat yang kompetitif dan tinggi.</p>
--	--	--	---

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Harapan Customer Normasari, S., Kumajdi, S., (2013)	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.	Kesimpulan berikut dapat dibuat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan informasi yang dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya. Kualitas Pelayanan dipengaruhi secara positif sedikit oleh kepuasan pelanggan, secara positif dan signifikan oleh citra perusahaan, secara positif dan signifikan oleh kepuasan, dan secara positif dan signifikan oleh kualitas, kepuasan, citra perusahaan dan Harapan yang digabungkan.
2.	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT Bank Bukopin Cabang Jember, Agung Dwi Hermawan, Ageng Pratiwi dan Yudhitia Dian Putra (2021)	Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana strategi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Bukopin dalam meningkatkan loyalitas nasabah.	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tabungan Bank Bukopin dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas nasabah pada tabungan Bank Bukopin juga dipengaruhi secara signifikan oleh keunggulan produk. Taktik ini terdiri dari : dalam teknik keandalan dicari sehingga anggota staf dapat membantu klien menerima layanan yang dapat diterima. Dalam hal ini, hubungan antara Bank Bukopin dan nasabahnya bersifat transaksional.

2.7 Kerangka Model Konseptual

Penelitian ini akan mencoba untuk menilai dampak Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, Citra Perusahaan pada kerangka berikut berdasarkan kerangka ini, yang didasarkan pada teori saat ini dan penelitian empiris. Kerangka kerja ini akan digunakan untuk menguji teori yang menjadi dasar penelitian ini, yang didasarkan pada teori yang ada dan bukti empiris yaitu Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.8 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat menjelaskan analisis variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) , Harapan Customer (X2), dan Citra Perusahaan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan(Y).

2.8 Hipotesis

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

- H1 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra
- H2 : Diduga Harapan Customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra
- H3 : Diduga Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra
- H4 : Diduga Kualitas pelayanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada studi ini adalah penelitian Kuantitatif. Menurut Hermawan (2019), metode penelitian kuantitatif dilakukan dengan menelaah data berupa variabel angka (skor, nilai), atau pernyataan pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik, yang biasanya dimulai dari suatu teori dan kemudian diselidiki, menghasilkan data, kemudian dibahas, dan ditarik kesimpulan.

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di PT. Andalan Pacific Samudra dalam jangka waktu bulan April hingga Juni 2023.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis dan sumber data yang diambil atau digunakan peneliti yaitu terdapat 2 jenis yaitu:

1. Data Kualitatif

Ini adalah data non-numerik. Data tentang citra perusahaan secara keseluruhan dan data studi kualitatif.

2. Data Kuantitatif

Data ini terdiri dari angka. Jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden yang diberi skor, menghasilkan data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.2 Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang memberikan pengumpul data akses ke data secara langsung. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017)

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, data sekunder adalah informasi yang tidak segera memberikan informasi kepada pengumpul informasi. Hal ini menunjukkan bahwa sumber data penelitian diperoleh dari tangan kedua, baik melalui penggunaan media perantara atau melalui penggunaan arsip, baik yang diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan, secara umum seperti catatan, bukti yang ada, atau arsip.

3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut Margono, (2004) populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri manusia, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki populasi dalam penelitian ini adalah 30 pelanggan PT. Andalan Pacific Samudra.

tabel 3.4 Jumlah Populasi Customer PT. Andalan Pacific Samudra

No.	DATA PERUSAHAAN	JUMLAH
1.	PT. Valve Mandiri Indonesia	1
2.	PT. Sinar Terang Sejahtera	1
3.	PT. Selena Cahaya Gemilang	1
4.	PT. Unitech Mega Indonesia	1
5.	PT. Rollent Indonesia	1
6.	PT. Sari Coffe Indonesia	1
7.	PT. Seng Dam Jaya Abadi	1
8.	PT. Pangan Lestari	1
9.	PT. Niaga Segara Transindo	1
10.	PT. Semeru Teknik	1
11.	PT. Maximpoly	1
12.	PT. Kartika Eka Yudha Maritim	1
13.	PT. Kriya Alam Indonesia	1

14.	PT. Logistic International Cargo	1
15.	PT. Lima Jaya Abadi	1
16.	PT. Eagle Indo Pharma	1
17.	PT. De Ros Indah Prima	1
18.	PT. Fortuna Sakti Indo Jaya	1
19.	PT. Inti Daya Guna Aneka Warna	1
20.	PT. Hansa Pratama	1
21.	PT. David Bali Cargotama	1
22.	PT. Braid Group Indonesia	1
23.	PT. Biru Sakti Maritim	1
24.	PT. Artalapan	1
25.	PT. Andalan Niagatama	1
26.	PT. Advance Speciality Chemical	1
27.	PT. Andalan Niaga Jaya	1
28.	PT. Andalan Pacific Line	1
29.	PT. Vanguard Logistic	1
30.	PT. World Star Shipping	1

Sumber : PT. Andalan Pacific Samudra 2023

3.4.2 Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi” Sugiyono (2019:127). Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti adalah sampling jenuh. Menurut (Sugiyono, 2019) sampel jenuh apabila dalam pengambilan sampel dengan jumlah populasi yang relative kecil. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Oleh sebab itu peneliti mengambil teknik purposive sampling dengan menetapkan beberapa pertimbangan yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 orang dari pelanggan PT. Andalan Pacific Samudra.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dapat dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan protokol penelitian. Dalam penelitian ini, metode observasi dan angket digunakan untuk mengumpulkan data.

3.5.1 Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan yang digunakan apabila penelitian dikaitkan dengan perilaku manusia, seperti proses kerja, fenomena alam, dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar Menurut Sugiyono (2017).

3.5.2 Kuisisioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Untuk mengekspos data dari variabel X dan Y, atau Kualitas Layanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan, penulis menggunakan teknik ini Menurut Sugiyono (2017).

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional

Peneliti memilih apa saja dalam bentuk apapun untuk diteliti dalam variabel penelitian ini untuk mendapatkan data yang dapat dipercaya dari mana kesimpulan atau kesimpulan dapat diturunkan berdasarkan Sugiyono (2017 : 38). Ada dua katagori variabel dalam penelitian ini, yaitu :

3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Menurut Sugiyono (2017 : 39) mendefinisikan variabel bebas sebagai faktor yang memperngaruhi, menyumbang, atau mengakibatkan perubahan atau perkembangan variabel terikat. Ekspektasi pelanggan dan Kualitas layanan merupakan independen penelitian, dilambangkan dengan simbol (X) Kualitas layanan dan Ekspektasi pelanggan adalah tingkat

keunggulan(sangat baik) yang diharapkan dan kendali atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, menurut Wyock dalam Lovelock sebagai dijelaskan oleh Tjiptono (2014 : 268).

Indikator kualitas pelayanan , harapan customer dan citra perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6 Indikator Kualitas Pelayanan dan Harapan Customer

Kualitas Pelayanan	Harapan Customer	Citra Perusahaan
1. Tampilan Fisik (<i>Tangible</i>)	1. Communications By The Service Provider	<i>1. Advertising</i>
2. Keandalan (<i>Realibility</i>)	2. Price Paid	<i>2. Public Relation</i>
3. Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)	3. Past Experience	<i>3. Physical image</i>
4. Empati (<i>Empathy</i>)	4. Samiliar Experience	<i>4. Actual experience</i>

Sumber : Tjiptono 2014 & Sri Mulyani 2003

3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel terikat sebagai variabel yang dipengaruhi atau timbul dari variabel bebas. Variabel terikat penelitian, kepuasan pelanggan, dilambangkan dengan simbol (Y). Dan menurut Kotler, Keller (2012) dalam Tjiptono (2014:354), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dengan harapan. Tjiptono (2014), indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali

3. Kesiediaan Merekomendasi

3.7 Skala Pengukuran

Penulis menggunakan skala Likert untuk mengukur jawaban atau sentimen responden. Variabel yang diukur diubah menjadi indikator variabel untuk skala Likert. Saat membuat instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan, indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik tolak (Sugiyono, 2014). Frase alternatif, seperti setuju untuk tidak setuju, senang atau tidak senang, puas untuk tidak senang, atau baik untuk buruk. Skala pengukuran mempunyai nilai 1-5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS) = Skor 1
2. Tidak setuju (TS) = Skor 2
3. Netral (N) = Skor 3
4. Setuju (S) = Skor 4
5. Sangat setuju (SS) = Skor 5

3.8 Proses Pengolahan Data

Dalam proses pengumpulan data mengacu pada penggunaan proses pemrosesan data, khususnya pengumpulan data ringkasan atau statistik ringkasan menggunakan metode atau algoritma tertentu. Informasi yang dikumpulkan dan diidentifikasi untuk penyelidikan ini diproses dengan cara yang dijelaskan dibawah ini :

1. Editing, yaitu proses penyusunan data yang sudah ada dan di edit sesuai dengan kategori yang dibutuhkan.
2. Tabulating, yaitu proses penyusunan data yang setelah dikategorikan pada masing-masing kategori kedalam bentuk tabel.
3. Verifikasi, yaitu pemeriksaan kembali terhadap variabel dan indikator yang telah melewati proses tabulating untuk mengetahui kebenaran hasil data yang sudah diproses guna menghindari kesalahan dalam proses statistik data.

3.9 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Tujuan pengujian instrumen adalah untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebagai bagian dari uji instrumen.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuisisioner, menurut Ghozali (2016). Jika pertanyaan kuisisioner dapat memberikan informasi yang dapat digunakan untuk mengukur hasil yang diinginkan, maka kuisisioner tersebut dianggap valid. Dengan menggunakan program SPSS, peneliti dalam penelitian ini menggunakan Pearson Correlation untuk melakukan uji validitas. Dengan membandingkan hasil pertanyaan dengan hasil gabungan variabel bebas dan variabel terikat, maka dilakukan pengukuran.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkatan signifikan 5% dengan kriteria pengujian bila nilai t hitung $>$ t tabel maka disimpulkan butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai t hitung $<$ t tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), kuisisioner yang berfungsi sebagai indikasi suatu variabel atau konstruk diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Jika tanggapan responden terhadap suatu pertanyaan konstan atau stabil dari waktu ke waktu, kuisisioner dikatakan dapat diandalkan. Uji statistik Cronbachs alpha digunakan untuk membandingkan temuan pengukuran dengan temuan dari kueri lain. Suatu variabel dikatakan dapat diandalkan, menurut Nunnally, 1994, dalam Ghozali (2016:48), jika nilai Cronbachs Alpha $>$ 0,60.

3.10 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji T

dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic, Ghozali, (2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, Ghozali (2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat *problem* multikolinearitas (multiko). Ghazali (2011) mengukur multikolinearitas dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Faktor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $Tolerance \leq 0.1$ atau sana dengan nilai $VIF \geq 10$. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinearitas adalah :

- a. $H_0 : VIF > 10$, terdapat multikolinearitas
- b. $H_1 : VIF < 10$, tidak terdapat multikolinearitas

3. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk meguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu penagamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, Ghozali, (2011)

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana

sumbu Y adalah Y yang tidak di prediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dengan menggunakan dasar analisis sebagai berikut : (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, (2) jika tidak ada yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas, Ghozali (2011).

3.11 Uji Hipotesis

Uji F dan Uji T

Uji Statistik F pada dasarnya adalah menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model memiliki hubungan secara bersama-sama terhadap variabel terikat, Ghozali (2009).

H₀ : Artinya ada pengaruh terhadap variabel Kualitas Pelayanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.

H₁ : Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Harapan Customer dan Citra Perusahaan terhadap pelanggan.

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel secara individual dalam menerangkan variabel dependen, (Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini pengujian pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari : Kualitas Pelayanan (X_1), Harapan Customer (X_2), Citra Perusahaan (X_3), secara parsial terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan kerangka konseptual, penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam empat hipotesis penelitian sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan (X_1)

H₀ : Tidak ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan

H₁ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Harapan Customer (X_2)

H₀ : Tidak ada pengaruh antara Harapan Customer dengan kepuasan pelanggan

H1 : Terdapat pengaruh antara Harapan Customer dengan kepuasan pelanggan
Citra Perusahaan (X_3)

H0 : Tidak ada pengaruh antara Citra Perusahaan dengan kepuasan pelanggan

H1 : Terdapat pengaruh antara Citra Perusahaan dengan kepuasan pelanggan

3.12 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipergunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi. Analisis ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna. dalam penelitian ini model persamaan dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

A = Koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harapan Customer

X_3 = Citra Perusahaan

e = Estimasi error dari masing – masing variabel

4.13 Koefisien Kolerasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien dterminasi adalah biasa terdapat jumlah variabel independen maka R_2 pasti

meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak penulis menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2011).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra

PT. Andalan Pacific Samudra adalah sebuah perusahaan yang melayani jasa pelayaran antar pulau di Indonesia. Didirikan pada tahun 1994, PT. Andalan Pacific Samudra telah tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan pelayaran yang terpercaya di penjuru Indonesia. PT. Andalan Pacific Samudra menekankan nilai kejujuran, disiplin, dan professional kepada seluruh inidvidu yang menjadi bagian pekerjaan kami. Kami menempatkan penekanan yang kuat pada sales marketing maupun barang kiriman, pelayanan yang nyaman terhadap konsumen, ketepatan waktu dan tujuan, biaya yang relatif terjangkau. PT. Andalan Pacific Samudra memiliki beberapa cabang yaitu yang berada di Jakarta, Bali, Semarang dan Surabaya.

Layanan yang di berikan PT. Andalan Pacific Samudra telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari konsumen dalam mendistribusikan muatan barang ke berbagai kota besar di Indonesia. PT. Andalan Pacific Samudra . Perusahaan ini menyediakan :

1. Jasa Pengiriman Barang Udara dan Laut
2. Ekspor dan Impor Custom Clearance
3. Layanan Pintu ke Pintu Domestik dan Internasional
4. Truk
5. Pergudangan
6. Kargo Overdimensi / Proyek

4.1.2 Visi dan Misi PT. Andalan Pacific Samudra

1. Visi

Visi perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra berusaha untuk dikenal sebagai perusahaan jasa pengiriman yang professional dibidangnya, baik di dalam negeri maupun luar negeri.

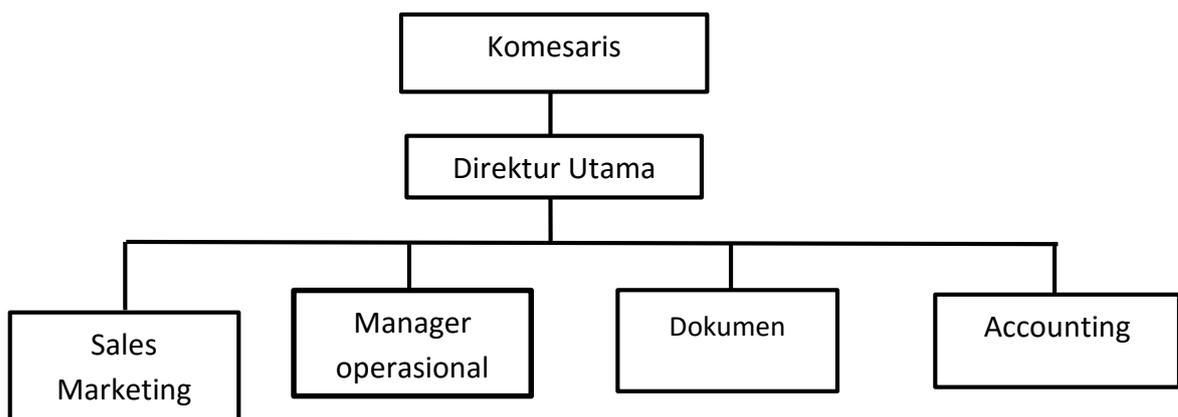
2. Misi

- a. Berusaha untuk memberikan layanan terbaik dan solusi logistik yang andal untuk klien dan mitra bisnis.
- b. Membangun hubungan saling terpercaya dengan seluruh pemangku kepentingan bisnis
- c. Melayani dengan penuh dedikasi dan tanggung jawab

4.1.3 Struktur Organisasi Tugas dan Wewenang

1. Struktur Organisasi

Gambaran struktur dan hubungan antara manajer dan karyawan diberikan oleh struktur organisasi. Bagian ini juga menekankan organisasi dan pengaturan pembagian fungsi. Berikut adalah struktur organisasi PT. Andalan Pacific Samudra.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Andalan Pacific Samudra

Sumber : PT. Andalan Pacific Samudra

2. Tugas dan wewenang

a. Ibu Evi Rosada sebagai Direktris bertugas dan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan di bidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan, membuat kebijakan-kebijakan dalam perusahaan, merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan, mengendalikan uang pendapatan perusahaan untuk kegiatan operasional.

b. Manager Operasional

Sebagai pimpinan tertinggi dalam divisi Operasional. Manager Operasional mempunyai tugas pokok dalam menjalankan tugas pekerjaan sesuai yang ditetapkan oleh Direktur, pemegang saham dan anggaran dasar perusahaan beserta melakukan perencanaan, pembinaan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan kerja bidang operasi, komersial, pengembangan bisnis, teknik dan teknologi informasi.

Dalam menjalankan tanggung jawab, Manajer Operasional tetap melakukan pembinaan dan pengendalian terhadap pelaksanaan kerja dari Senior Manajer pada divisi Operasi & Teknik selalu dibantu oleh Supervisor, antara lain Supervisor Operasional.

c. Manager Keuangan

Sebagai pimpinan tertinggi dalam divisi keuangan. Manager Keuangan mempunyai tugas pokok dalam melaksanakan perencanaan, pembinaan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan kerja bidang pengelolaan keuangan. Dalam menjalankan tanggung jawab, Direktur Keuangan, SDM & Umum tetap melakukan pembinaan dan pengendalian terhadap pelaksanaan kerja dari Senior Manajer Keuangan beserta Senior Manager SDM, Umum & Humas. Dan, setiap dari pelaksanaan kerja Senior Manajer pada Divisi Keuangan, SDM & Umum selalu dibantu oleh beberapa manajer dan Officer Keuangan.

d. Supervisor Operasional

Sebagai pimpinan dalam sebuah perusahaan dalam bidang operasional mempunyai tugas pokok dalam menjalankan tugas pokok apa yang dilaksanakan oleh manajer operasional, mereka bertugas sebagai pengawasan terhadap bawahannya terdiri dari beberapa divisi yaitu :

- 1) Officer Document
- 2) Koordinator Lapangan
- 3) Foreman
- 4) Tallyman
- 5) TKBM
- 6) Operator

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yaitu pelanggan yang menggunakan jasa PT. APS. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut :

1. Karakteristik Nama Perusahaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui nama perusahaan responden sebagai terlihat pada Tabel 4.2 :

Tabel 4.2 Karakteristik Nama Perusahaan Responden

No.	DATA PERUSAHAAN	JUMLAH
1.	PT. Valve Mandiri Indonesia	1
2.	PT. Sinar Terang Sejahtera	1
3.	PT. Selena Cahaya Gemilang	1
4.	PT. Unitech Mega Indonesia	1
5.	PT. Rollent Indonesia	1
6.	PT. Sari Coffe Indonesia	1
7.	PT. Seng Dam Jaya Abadi	1
8.	PT. Pangan Lestari	1

9.	PT. Niaga Segara Transindo	1
10.	PT. Semeru Teknik	1
11.	PT. Maximpoly	1
12.	PT. Kartika Eka Yudha Maritim	1
13.	PT. Kriya Alam Indonesia	1
14.	PT. Logistic International Cargo	1
15.	PT. Lima Jaya Abadi	1
16.	PT. Eagle Indo Pharma	1
17.	PT. De Ros Indah Prima	1
18.	PT. Fortuna Sakti Indo Jaya	1
19.	PT. Inti Daya Guna Aneka Warna	1
20.	PT. Hansa Pratama	1
21.	PT. David Bali Cargotama	1
22.	PT. Braid Group Indonesia	1
23.	PT. Biru Sakti Maritim	1
24.	PT. Artalapan	1
25.	PT. Andalan Niagatama	1
26.	PT. Advance Speciality Chemical	1
27.	PT. Andalan Niaga Jaya	1
28.	PT. Andalan Pacific Line	1
29.	PT. Vanguard Logistic	1
30.	PT. World Star Shipping	1

Sumber : PT. Andalan Pacific Samudra 2023

4.3 Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden adalah penggambaran analisis pengisi kuisioner dalam hal ini penilaian atas pengisian responden yang telah dilakukan. Deskripsi data independen dan dependen dapat dilihat di tabel variabel. Penelitian yang peneliti lakukan berada PT. Kartika Eka Yudha Maritim dengan responden pegawai outsourcing yang berada di PT. Andalan Pacific Samudra dengan jumlah responden 30 dengan variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), Harapan

Customer (X2), Citra Perusahaan (X3), dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan yang dilihatkan sebagai berikut:

4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1)

1. Analisis deskriptif penelitian pada responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X1). Pada penelitian ini variabel kompensasi (X1) ini terdapat 6 pertanyaan yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian kuesioner yang diberikan kepada responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) sebagai berikut :

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Karyawan PT. APS berpenampilan menarik dan rapih	0	1	5	11	13	30
	PRESENTASE	0	3	21,2	33,3	42,4	100
2.	PT. APS handal dalam pelayanan sesuai SOP yang tepat	1	0	3	13	14	30
	PRESENTASE	3	0	9	40	56,7	100

3.	PT. APS tanggap terhadap keluhan customer apabila terjadi kendala	0	0	0	14	16	30
	PRESENTASE	0	0	0	51,5	48,5	100
4.	PT. APS memberikan kemudahan dan pelayanan terbaik pada customer	0	0	1	14	15	30
	PRESENTASE	0	0	3	48,5	50,3	100
5.	PT. APS memberikan kualitas dalam melayani customer dengan baik	0	0	4	18	8	30
	PRESENTASE	0	0	21,2	54,4	24,2	100
6.	PT. APS memberikan sambutan ketika customer datang di perusahaan	1	0	0	17	12	30
		3	0	0	51,5	45,5	100

Sumber : data penulis 2023

4.3.2 Analisis Deskriptif Harapan Customer (X2)

2. Analisis deskriptif dalam penelitian responden terhadap variabel harapan customer (X2). Didalam penelitian ini variabel harapan customer terdapat 5 pertanyaan yang diberikan responden terhadap variabel harapan customer (X2) bisa dilihat secara detail dibawah ini :

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Harapan Customer (X2)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	Janji jani dalam pesan iklan PT. APS sesuai dengan hatapan customer	0	1	5	10	17	30
	PRESENTASE	0	3	21,2	30,5	51,5	100
2	Hasil yang didapat PT. APS sesuai dengan diharapkan customer	1	0	5	16	11	30
	PRESENTASE	3	0	15,2	48,5	33,3	100
3	Tarif jasa yang dibayarkan customer sesuai dengan harapan	2	2	4	12	13	30
	PRESENTASE	6,1	6,1	12,1	36,4	39,4	100
4	Customer ingin merasakan pengalaman yang telah	0	0	9	10	14	30

	didapatkan dari sebelumnya						
	PRESENTASE	0	0	27,3	30,3	42,2	100
5	Customer jngin merasakan kepuasan yang sama dari pelayanan yang dirasakan customer lain	1	2	8	10	12	30
	PRESENTASE	3	3	24,2	30,3	36,4	100

Sumber : data penulis 2023

4.3.3 Analisis Deskriptif Citra Perusahaan (X3)

- Analisis deskriptif dalam penelitian responden terhadap variabel citra perusahaan (X3). Didalam penelitian ini variabel harapan customer terdapat 8 pertanyaan yang diberikan responden terhadap variabel citra perusahaan (X3) bisa dilihat secara detail dibawah ini :

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Citra Perusahaan (X3)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	PT. Andalan Pacific Samudra menawarkan produk jasa lewat iklan kepada customer	1	0	6	10	16	30

	PRESENTASE	3	0	18,2	30	48,5	100
2	Dengan membangun citra perusahaan melalui strategi humas, apakah membantu anda menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan	0	0	2	17	14	30
	PRESENTASE	0	0	6,1	51,5	42,4	100
3	PT. Andalan Pacific Samudra memiliki kredibilitas yang tinggi dalam menciptakan/menjual jasa disetiap usahanya	1	0	8	15	9	30
	PRESENTASE	3	0	24,2	45,5	27	100
4	PT. APS memiliki sejarah, pengalaman, keterampilan tentang perusahaan	0	0	7	11	15	30
	PRESENTASE	0	0	21,2	33	45,5	100
5	PT. APS efesiensi memiliki identitas perusahaan yang baik	0	0	4	12	17	30

	PRESENTASE	0	0	12,1	36,4	51,5	100
6.	PT. APS bermanfaat bagi pelanggan karena nama perusahaan terbilang sangat baik	0	0	7	10	16	30
	PRESENTASE	0	0	21,2	30,3	48,5	100
7.	PT. APS sangat banyak cabang karena terkenal dengan nama perusahaan jasa forwarding	0	0	4	15	14	30
	PRESENTASE	0	0	12,1	45,5	42,4	100
8.	PT. APS mempunyai karyawan dg ramah untuk menyambut pelanggan yang datang	1	0	4	15	13	30
	PRESENTASE	3	0	12,1	45,5	39,4	100

Sumber : data penulis 2023

4.3.4 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

4. Analisis deskriptif dalam penelitian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Didalam penelitian ini variabel kepuasan pelanggan terdapat 5 pertanyaan yang diberikan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) bisa dilihat secara detail dibawah ini :

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	Pelayanan yang diterima dari PT. Andalan Pacific Samudra sesuai dengan yang di inginkan customer	2	1	4	12	14	30
	PRESENTASE	6,1	3	12,1	36,4	42,4	100
2	Berminat mengulang kembali menggunakan jasa pada PT. Andalan Pacific Samudra karena pelayanannya lebih unggul dari kompetitor lain	0	0	2	16	15	30
	PRESENTASE	0	0	6,1	48,5	45,5	100
3	Berminat mengulang kembali menggunakan jasa pada PT. Andalan Pacific Samudra	0	0	6	13	14	30
	PRESENTASE	0	0	18,2	39,4	42,2	100

4	Customer bersedia merekomendasikan PT. Andalan Pacific Samudra kepada perusahaan lain	0	0	7	14	12	30
	PRESENTASE	0	0	21,1	42,4	36,4	100
5	Customer bersedia menceritakan hal baik kepada perusahaan lain tentang PT. Andalan Pacific Samudra	0	0	11	9	13	30
	PRESENTASE	0	0	33,3	27,3	39,4	100

Sumber ; data penulis 2023

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

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

1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas variable Kualitas Pelayanan (X1)

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

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 25

Bisa dilihat dari hasil tabel diatas variabel Kualitas Pelayanan terdapat 6 pertanyaan Kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan bisa dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai penelitian.

2. Hasil Uji Validitas Harapan Customer (X2)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas variable Harapan Customer (X2)

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

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 25

Bisa dilihat dari hasil tabel diatas variabel Kualitas Pelayanan terdapat 5 pertanyaan Kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel Harapan Customer bisa dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai penelitian.

3. Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X3)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas variable Citra Perusahaan (X3)

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

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 25

Bisa dilihat dari hasil tabel diatas variabel Kualitas Pelayanan terdapat 8 pertanyaan Kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel Citra Perusahaan bisa dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai penelitian.

4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas variable Kepuasan Pelanggan (Y)

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

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 25

Bisa dilihat dari hasil tabel diatas variabel Kualitas Pelayanan terdapat 6 pertanyaan Kolerasi pada setiap pertanyaan mempunyai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga berdasarkan dari uji validitas

menunjukkan bahwa pada semua pertanyaan pada variabel Kepuasan Pelanggan bisa dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

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

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach 's Alpha	N of Items
,777	6

Reliability Statistics	
Cronbach 's Alpha	N of Items
,620	5

Reliability Statistics	
Cronbach 's Alpha	N of Items
,851	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,795	6

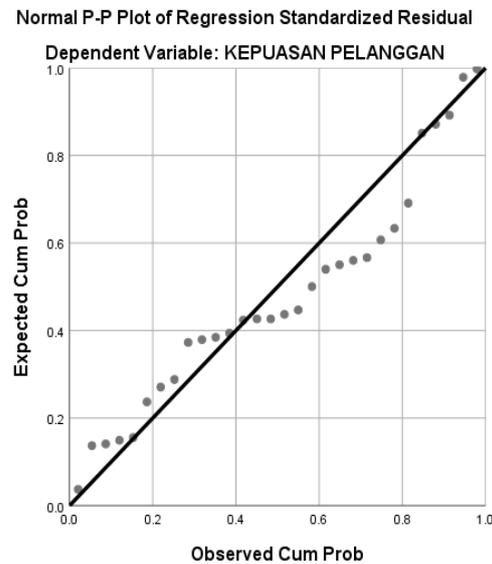
Sumber : pengolahan data dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel yang tertera diatas, diketahui bahwa nilai dari Cronbach's Alpha dari masing-masing variable yaitu Kualitas Pelayanan (X2) Harapan Customer (X2) Citra Perusahaan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terlihat $>$ dari 0,6 dari pertanyaan diatas bisa diambil kesimpulan data dari variable independent dan variable dependen telah reliabel yang artinya bahwa kuesioner bisa digunakan didalam penelitian.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari *Kolmogorov-Smirnov*. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan dengan menggunakan normal probability plot menurut (Ghozali, 2018). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar 4.6 hasil uji normalitas pada gambar grafik terlihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis lurus, maka model tersebut memenuhi normalitas yang benar.



Gambar 4.6 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Sumber : Pengolahan data SPSS 25

Pada gambar yang ada diatas, Hasil dari uji normalitas pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafiknya tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diaogonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Peneliti tidak menggunakan uji grafik saja melainkan menggunakan uji statistic juga salah satunya dengan menggunakan uji statsistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Jika hasil nilai $> 0,05$, maka bisa dikatakan bahwa residual berdistribusi normal. Hasil ujinya bisa dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.7 Uji Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2,98692527
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.091
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

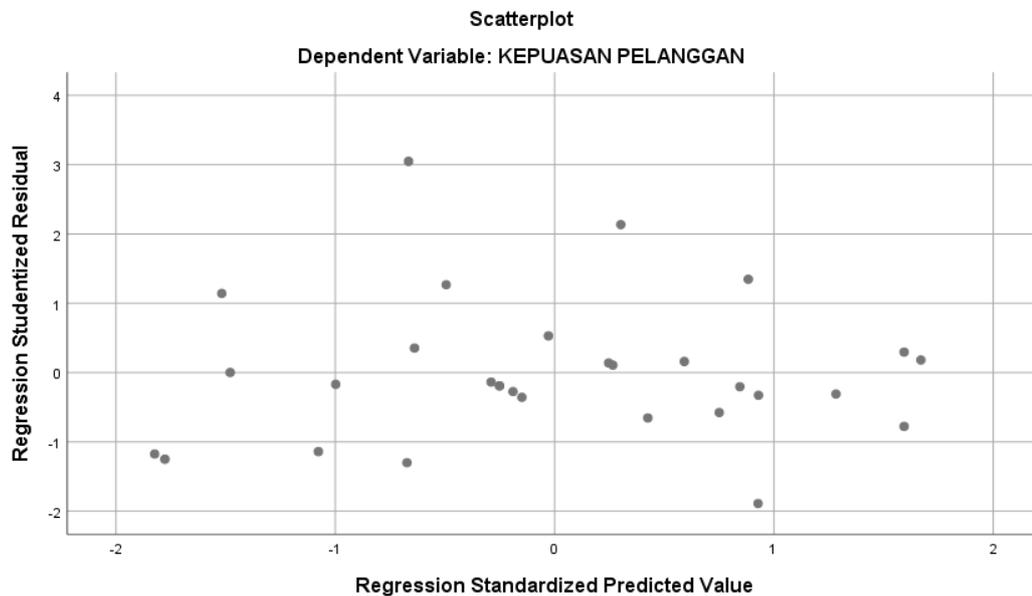
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : pengolahan data dengan SPSS 25

Berdasarkan table yang ada diatas, bisa dilihat bahwa hasil nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,116 dengan tingkat signifikannya 0,200 disini menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena tingkat signifikannya berada di $>0,05$.

2. Uji Heterokedastisitas

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



Gambar 4.7 Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Sumber : pengolahan data dengan SPSS 25

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

2. Uji Multikolineraitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara variable bebas pada model regresi. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable bebas. Jika variable bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal atau memiliki koefisien korelasi yang tidak sama dengan nol terhadap variable bebas lainnya. Pengujian adanya multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF pada masing-masing variable bebasnya. (Ghozali, 2018). Jika $VIF (Variance Inflation Factor) \geq 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika $VIF (Variance Inflation Factor) \leq 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas. Dibawah ini adalah hasil uji multikolinearitas yang di olah dengan SPSS :

Table 4.8 Uji Multikolinearitas

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

Sumber : pengolahan data dengan SPSS 25

Dapat diketahui pada tabel 4.8 diatas, nilai *tolerance* semua variable lebih dari $> 0,1$ dan nilai (*Variance Inflation Factor*) *VIF* kurang dari < 10 . Maka bisa diambil kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas antar variable bebas.

4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa depan atau yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang untuk meminimalkan kesalahan. Untuk mengetahui pengaruh antara variable terikat dan variable bebas digunakan persamaan regresi linier berganda (Ghizali, 2018). Dibawah ini adalah hasil dari pengolahan melalui SPSS :

Tabel 4.9 Regresi Linier Berganda

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

Coefficients^a

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : pengolahan data dengan SPSS 25

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

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kualitas Pelayanan)

a = Konstansta

b1,b2,b3 = Koefisien regresi²

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harapan Customer

X3 = Citra Perusahaan

e = eror atau variable pengganggu

Dari persamaan diatas bisa dijelaskan bahwa :

1. Jika nilai dari variable kualitas pelayanan, harapan customer dan citra perusahaan mempunyai nilai atau angka 0, maka variabel kualitas pelayanan akan tetap dengan nilai sebesar 4,079, karena nilai konstansta menunjukkan nilai sebesar 4,079.
2. Koefisien regresi variable Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,105 memiliki arah negatif hal ini mengartikan bahwa siap peningkatan Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 1 kali sehingga. Kepuasan Pelanggan

(Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,105 dengan asumsi variable lain yang konstan,

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

4.4.5 Uji Hipotesis

1. Uji F (simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variable independent dalam hal ini adalah kualitas pelayanan (X1), harapan customer (X2), citra perusahaan (X3) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). berdasarkan hasil dari uji simultan itu sendiri ternyata variable independent kualitas pelayanan (X1), harapan customer (X2) dan citra perusahaan (X3) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variable dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil pada tabel dibawah ini yang menyebutkan bahwa nilai signifikan Fhitung berjumlah 17.842 lebih besar dari Ftabel 3.34 dan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 hal ini berarti penelitian ini layak untuk dijadikan penelitian.

Tabel 4.10 hasil Uji F (simultan)

ANOVA^a

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), CITRA PERUSAHAAN (X3), KUALITAS PELAYANAN (X1), HARAPAN CUSTOMER (X2)

Sumber : data diolah dengan spss 25

2. Uji T (parsial)

Uji statistik T digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghoali, 2018). Untuk mengetahui ha itu bisa dilihat secara detail pada table dibawah ini

Tabel 4.11 hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

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

Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	.293
	KUALITAS PELAYANAN	.561
	HARAPAN CUSTOMER	.023
	CITRA PERUSAHAAN	.010

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Diketahui bahwa nilai T_{hitung} pada variable *Kualitas Pelayanan* (X1) sebesar 0,589 lebih kecil dari nilai T_{tabel} 2,056 dan nilai sig 0,0561 yang lebih besar dari nilai sig 0,05. Dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga variabel *kualitas pelayanan* (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Andalan Pacific Samudra.
- b. Variabel harapan customer (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil T_{hitung} sebesar 2.418 lebih besar dari T_{tabel} 2.056 dan nilai signifikannya $0.023 < 0,05$.
- c. Variabel harapan customer (X3) memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil T_{hitung} sebesar 2.792 lebih besar dari T_{tabel} 2.056 dan nilai signifikannya $0,010 < 0,05$.

4.4.6 Koefisien determinasi berganda

Koefisien determinasi (adjusted R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi

variabel dependen sangat terbatas. Hal ini bisa dilihat melalui koefisien R dan R^2 . Berikut ini hasil pengukuran koefisien berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.12 koefisien determinasi R^2 .

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

a. Predictors: (Constant), CITRA PERUSAHAAN (X3), KUALITAS PELAYANAN (X1), HARAPAN CUSTOMER (X2)

Berdasarkan tabel yang ada diatas, bisa dilihat nilai pada Adjusted R Square sebesar 0,635 yang artinya kualitas pelayanan (X1), harapan customer (X2), citra perusahaan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. APS sebesar 40% dan sisinya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

4.4.7 Pengaruh hipotesis yang berpengaruh Dominan

Pengujian menggunakan uji F atau pasrial menunjukkan bahwasannya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dari hal tersebut bisa dilihat variabel mana yang paling dominan mempengaruhi dengan cara melalui nilai-nilai beta yang mempunyai nilai paling tertinggi. Dengan hal itu berikut adalah hasil pengujian nilai beta dari seluruh variabel pada penelitian ini :

Tabel 4.13 Hipotesis yang berpengaruh dominan

Variabel	Standardized Coeffients (Beta)
Kualitas Pelayanan (X1)	-0.084
Harapan Customer (X2)	0.430
Citra Perusahaan (X3)	0.498

Berdasarkan tabel yang ada diatas, bisa disimpulkan bahwa tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai yang paling tertinggi adalah variabel Citra perusahaan (X3) dengan nilai Beta 0.498 hal ini berarti Citra perusahaan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.5 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra

Hipotesis kesatu (H1) dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra. Berdasarkan pada hasil penelitian menyatakan bahwa tidak ditemukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dengan melakukan uji T (parsial) untuk variabel Kualitas pelayanan dengan nilai T_{hitung} sebesar 0,589 dengan nilai signifikan sebesar 0,561 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi 0,105 yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harapan Customer terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra

Hipotesis kedua (H2) berdasarkan hasil dari pengujian uji T atau Parsial, diketahui bahwa variabel Harapan Customer (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai T_{hitung} 2.418 lebih besar dari T_{tabel} 2.056, dengan nilai signifikansi 0.023 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwasannya variabel harapan customer (X2) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

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

Hipotesis ketiga (H3) berdasarkan hasil pengujian uji T atau Parsial, diketahui bahwa variabel Citra perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai T_{hitung} 2.792 lebih besar dari T_{tabel} 2.056, dengan nilai signifikansi 0,010

lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasannya variabel citra perusahaan (X3) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel kinerja karyawan (Y) secara parsial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah dan dianalisis oleh peneliti terkait “Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,0561 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan faktor utama meningkatnya kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra.
2. Variabel harapan customer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,023 dengan hal itu hipotesis yang menyebutkan bahwa diduga bisa berpengaruh secara parsial bagi kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra terbukti kebenarannya dan dapat diterima.
3. Variabel Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu, 0,010 dengan hal itu hipotesis yang menyebutkan bahwa diduga bisa berpengaruh secara parsial bagi kepuasan pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan dilakukan peneliti diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti kepada PT. Andalan Pacific Samudra sebagai berikut :

1. Bagi PT. Andalan Pacific Samudra
 - a. Perusahaan PT. Andalan Pacific Samudra diharapkan dapat meningkatkan faktor kedisiplinan karyawannya seperti mengatur peraturan di kantor agar karyawan dapat bekerja dengan disiplin dan kinerja karyawan di perusahaan kembali meningkat.
 - b. Diharapkan kepada seluruh karyawan untuk lebih intens untuk menjalin komunikasi antar sesama karyawan sehingga kesulitan kesulitan dalam bekerja dan diatasi dengan komunikasi yang baik sesama karyawan
 - c. Diharapkan karyawan selalu meningkatkan citra perusahaan agar visi misi dan tujuan tercapai dengan sempurna dan pekerjaan lebih efisien.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bahwasannya semoga laporan skripsi ini mampu dijadikan patokan pembelajaran untuk peneliti dimasa depan agar membuat peneliti semakin bagus dan mudah dipahami serta dimengerti dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Prabu Mangkunegara. A.A 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- An Experiential Approach. Mc. Graw Hill International Edition, Singapore:Mac Graw Hill Book Co.
- Aris suherman dan Ondi Saondi (2010) *Etika Profesi Keguruan* Bandung: PT Refika Aditama
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
Barnawi dan Arifin, M. (2012). *Etika dan Profesi Kependidikan*.Jogyakarta: Ar-Ruzz Media Bandung: Alfabeta
- Bernardin, H. John and Russel, E.A.1993. *Human Resource Management*,
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Devito, JosephA. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Edy Sutrisno. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta : Penerbit ncana
- Esterberg, Kristin G. (2002). *Qualitative Methods In Social Research*. New York: Mc Graw Hill. Sebagaimanadikutip oleh Sugiyono dalam bukunya “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D”, CV.Alfabeta, Bandung 2013, hlm 231
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harold D. Lasswell 2009 *Structure an Function of Communication in Societ dalam*. Wilbur Schramm.
- Hartatik, Indah Puji. 2014. *Mengembangkan SDM*.Jogjakarta: Laksana.
- Mangkuprawira,S.Tb.,2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Malayu S.P. Hasibuan, 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Sinambela, Lijan Poltak. (2012). Kinerja Pegawai: Teori, Pengukuran dan Implikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu

Singodimedjodalam Edi Sutrisno, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*

Sukmadinata, N.S. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja

Sutrisno, Edi. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Triyono, Ayon. 2012. Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia.

Wibowo. (2010). Manajemen Kinerja. Jakarta: Rajawali Press.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Permohonan Skripsi

	SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN STIAMAK BARUNAWATI Jl. Perak Barat 173 Surabaya Website : www.stiamak.ac.id	Telp. (031) 3291096 E-mail : info@stiamak.ac.id
---	--	--

FORMULIR PERMOHONAN PENULISAN SKRIPSI
Tahun Akademik : 2022/2023

Permohonan penyusunan SKRIPSI dan Dosen Pembimbing bagi mahasiswa:

Nama : LUTFIANI NUR CAHYANI
NIM : 19110049
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Alamat : Jl. Klimenta 5 / 12G - D09 Kota Baru Driyoreto Gresik
Telp : 081334145939

Judul SKRIPSI :

1. Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra
2.
3.
4.

Dapat disetujui dengan dosen pembimbing :  Dian Arisanti, S. Kom, MM

Menyetujui, Kaprodik  SOEDARMANTO, SE, MM NIDN: 0322036902	Surabaya, Mahasiswa yang bersangkutan Memohon,  LUTFIANI NUR CAHYANI NIM : 19110049
--	--

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 2 Lembar Pengantar Penelitian

	SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN STIAMAK BARUNAWATI Jl. Perak Barat 173 Surabaya Website : www.stiamak.ac.id	Telp. (031) 3291096 E-mail : info@stiamak.ac.id
Nomor	: SKL / 109 / STIAMAK / V / 2023	Surabaya, 04 Mei 2023
Klasifikasi	: Biasa	
Lampiran	: -	Yth. HRD
Perihal	: Permohonan ijin penelitian Skripsi	PT. Andalan Pacific Samdura di

SURABAYA

- Sehubungan dengan Kalender Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya Tahun 2022/2023, dan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya, untuk kepentingan dimaksud STIAMAK Barunawati menugaskan para mahasiswa Semester akhir untuk melaksanakan penelitian dan menyusun laporan Tugas Akhir/Skripsi.
- Tersebut butir 1 di atas, bersama ini mohon perkenan Bapak/Ibu memberikan ijin kepada mahasiswa kami, atas nama:
 - Nama : Lutfiani Nur Cahyani
 - NIM : 19110049Untuk melaksanakan Penelitian di perusahaan PT. Andalan Pacific Samdura yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian mahasiswa kami dapat menyesuaikan kesiapan Perusahaan.
- Demikian atas perhatian dan persetujuannya kami mengucapkan terima kasih.


**STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
KETUA**
Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, M.MT
NIDK: 8891880018

Lampiran 3 Lembar Persetujuan Penelitian



PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA

Jl. Perak Barat No. 203 Surabaya 60165 - Indonesia
Phone : (62-31) 3293898 (Hunting) Fax : (62-31) 3295189
E-mail : info@andalan-pacific.com
nur.cs@andalan-pacific.com - evi.rosada@andalan-pacific.com
Website : www.andalan-pacific.com

Surabaya, 04 Mei 2023

Nomor : 002-HRD/APS/V/2023

Perihal : Konfirmasi permohonan ijin penelitian Skripsi

Kepada Yth,
Bapak Ketua STIAMAK Barunawati
Jl.Perak Barat No. 173
Surabaya

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor : SKL/109/STIAMAK/V/2023 Tanggal 04 Mei 2023 Perihal Permohonan ijin penelitian Skripsi kepada mahasiswa sbb :

1. Lutfiani Nur Cahyani : NIM 19110049

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan penelitian Skripsi di Perusahaan Kami terhitung mulai Tanggal 04 Mei 2023 s.d Tanggal 04 Juni 2023.

Demikian Surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Hormat Kami,

(Irma Munita)
General Affairs

Lampiran 4 Lembar Bimbingan



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN
STIAMAK BARUNAWATI

Jl. Perak Barat 173 Surabaya
Website : www.stiamak.ac.id

Telp. (031) 3291096
E-mail : info@stiamak.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI TAHUN 20..23

Nama : LUTFIANI NUR CAHYANI
NIM : 19110049
Tempat Penelitian : PT. Andalan Pacific Samudra
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra.
Pembimbing : DIAN ARISANTI, S.Kom, MM

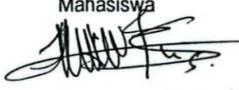
No.	Hari/ Tanggal	Bimbingan	Paraf
1.	Rabu (10-5-2023)	Pengajuan Judul	Di
2.	Senin (22-5-2023)	Pengajuan Bab 1	Di
3.	Kamis (15-6-2023)	ACC Bab 1	Di
4.	Jumat (23-6-2023)	Pengajuan Bab 2	Di
5.	Senin (26-6-2023)	ACC bab 2.	Di
6.	Senin (1-7-2023)	Pengajuan bab 3, 4, 5 + ACC	Di
7.	Rabu (20-8-2023)	Skrripsi + Revisi Penulisan	Di Di

Mengetahui,
Kaprodil Ilmu Administrasi Bisnis


SOEDARMANTO, SE, MM

Surabaya, 2023

Mahasiswa



NIM: 19110049

Lampiran 5 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Surabaya, 1 juli 2023

Perihal : Permohonan Menjadi Responden Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi sebagai tugas akhir studi, saya melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Customer, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Andalan Pacific Samudra”.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini dengan menjawab yang sejujurnya. Penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian skripsi penulis. Atas partisipasinya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Lutfiani Nur C

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Berikanlah jawaban singkat pada bagian pertanyaan identitas responden yang membutuhkan jawaban tertulis Bapak/Ibu responden.
2. Berikan tanda cheklist pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu terhadap pertanyaan tersebut.

Kualitas Pelayanan (X1)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Karyawan PT. APS berpenampilan menarik dan rapih						
2.	PT. APS handal dalam pelayanan sesuai SOP yang tepat						
3.	PT. APS tanggap terhadap keluhan customer apabila terjadi kendala						

4.	PT. APS memberikan kemudahan dan pelayanan terbaik pada customer						
5.	PT. APS memberikan kualitas dalam melayani customer dengan baik						
6.	PT. APS memberikan sambutan ketika customer datang di perusahaan						

Harapan Customer (X2)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	Janji jani dalam pesan iklan PT. APS sesuai dengan hatapan customer						
2	Hasil yang didapat PT. APS sesuai dengan diharapkan customer						
3	Tarif jasa yang dibayarkan customer sesuai dengan harapan						
4	Customer ingin merasakan pengalaman yang telah didapatkan dari sebelumnya						

5	Customer jngin merasakan kepuasan yang sama dari pelayanan yang dirasakan customer lain						
---	---	--	--	--	--	--	--

Citra Perusahaan (X3)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	PT. Andalan Pacific Samudra menawarkan produk jasa lewat iklan kepada customer						
2	Dengan membangun citra perusahaan melalui strategi humas, apakah membantu anda menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan						
3	PT. Andalan Pacific Samudra memiliki						

	kredibilitas yang tinggi dalam menciptakan/menjual jasa di setiap usahanya						
4	PT. APS memiliki sejarah, pengalaman, keterampilan tentang perusahaan						
5	PT. APS efisiensi memiliki identitas perusahaan yang baik						
6.	PT. APS bermanfaat bagi pelanggan karena nama perusahaan terbilang sangat baik						
7.	PT. APS sangat banyak cabang karena terkenal dengan nama perusahaan jasa forwarding						
8.	PT. APS mempunyai karyawan dg ramah untuk menyambut						

	pelanggan yang datang						
--	-----------------------	--	--	--	--	--	--

Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		STS	TS	N	S	SS	
1	Pelayanan yang diterima dari PT. Andalan Pacific Samudra sesuai dengan yang di inginkan customer						
2	Berminat mengulang kembali menggunakan jasa pada PT. Andalan Pacific Samudra karena pelayanannya lebih unggul dari kompetitor lain						
3	Berminat mengulang kembali menggunakan jasa pada PT. Andalan Pacific Samudra						

4	Customer bersedia merekomendasikan PT. Andalan Pacific Samudra kepada perusahaan lain						
5	Customer bersedia menceritakan hal baik kepada perusahaan lain tentang PT. Andalan Pacific Samudra						

Lampiran 6 Uji Validitas X₁, X₂, X₃, Y

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06
X01	Pearson Correlation	1	.600**	.535**	.058	.380*	.052
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.761	.038	.786
	N	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.600**	1	.740**	.475**	.393*	.393*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.032	.032
	N	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.535**	.740**	1	.526**	.409*	.396*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.003	.025	.031
	N	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.058	.475**	.526**	1	.099	.470**
	Sig. (2-tailed)	.761	.008	.003		.601	.009
	N	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.380*	.393*	.409*	.099	1	.400*
	Sig. (2-tailed)	.038	.032	.025	.601		.029
	N	30	30	30	30	30	30

X06	Pearson Correlation	.052	.393*	.396*	.470**	.400*	1
	Sig. (2-tailed)	.786	.032	.031	.009	.029	
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.697**	.862**	.840**	.564**	.654**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30

Correlations

		TOTAL				
X01	Pearson Correlation	.697**				
	Sig. (2-tailed)	.000				
	N	30				
X02	Pearson Correlation	.862**				
	Sig. (2-tailed)	.000				
	N	30				
X03	Pearson Correlation	.840**				
	Sig. (2-tailed)	.000				
	N	30				
X04	Pearson Correlation	.564**				
	Sig. (2-tailed)	.001				
	N	30				
X05	Pearson Correlation	.654**				
	Sig. (2-tailed)	.000				
	N	30				
X06	Pearson Correlation	.582**				
	Sig. (2-tailed)	.001				
	N	30				
TOTAL	Pearson Correlation	1				
	Sig. (2-tailed)					
	N	30				

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
--	----	----	----	----	----	-------

X1	Pearson Correlation	1	.186	.397*	.038	.278	.560**
	Sig. (2-tailed)		.324	.030	.841	.137	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.186	1	.047	.381*	.570**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.324		.805	.038	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.397*	.047	1	-.040	.165	.546**
	Sig. (2-tailed)	.030	.805		.834	.384	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.038	.381*	-.040	1	.567**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.841	.038	.834		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.278	.570**	.165	.567**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.137	.001	.384	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.560**	.647**	.546**	.604**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06
X01	Pearson Correlation	1	.676**	.655**	.814**	.595**	.496**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.005
	N	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.676**	1	.341	.673**	.393*	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000		.065	.000	.032	.003
	N	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.655**	.341	1	.627**	.664**	.309
	Sig. (2-tailed)	.000	.065		.000	.000	.096
	N	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.814**	.673**	.627**	1	.536**	.437*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.016
	N	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.595**	.393*	.664**	.536**	1	.473**
	Sig. (2-tailed)	.001	.032	.000	.002		.008

	N	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.496**	.531**	.309	.437*	.473**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.096	.016	.008	
	N	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	.475**	.486**	.237	.415*	.298	.601**
	Sig. (2-tailed)	.008	.006	.207	.023	.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.273	.332	-.078	.177	.052	.321
	Sig. (2-tailed)	.145	.073	.683	.349	.784	.084
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.877**	.761**	.671**	.822**	.704**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30

Correlations

		X07	X08	TOTAL
X01	Pearson Correlation	.475**	.273	.877**
	Sig. (2-tailed)	.008	.145	.000
	N	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.486**	.332	.761**
	Sig. (2-tailed)	.006	.073	.000
	N	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.237	-.078	.671**
	Sig. (2-tailed)	.207	.683	.000
	N	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.415*	.177	.822**
	Sig. (2-tailed)	.023	.349	.000
	N	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.298	.052	.704**
	Sig. (2-tailed)	.109	.784	.000
	N	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.601**	.321	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.084	.000
	N	30	30	30
X07	Pearson Correlation	1	.403*	.678**
	Sig. (2-tailed)		.027	.000

	N	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.403*	1	.451*
	Sig. (2-tailed)	.027		.012
	N	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.678**	.451*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	
	N	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06
X01	Pearson Correlation	1	.324	.252	.266	.351	.205
	Sig. (2-tailed)		.081	.178	.156	.057	.276
	N	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.324	1	.473**	.410*	.396*	.601**
	Sig. (2-tailed)	.081		.008	.024	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.252	.473**	1	.458*	.466**	.431*
	Sig. (2-tailed)	.178	.008		.011	.010	.017
	N	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.266	.410*	.458*	1	.421*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.156	.024	.011		.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.351	.396*	.466**	.421*	1	.498**
	Sig. (2-tailed)	.057	.030	.010	.021		.005
	N	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.205	.601**	.431*	.698**	.498**	1
	Sig. (2-tailed)	.276	.000	.017	.000	.005	
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.608**	.715**	.700**	.743**	.745**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30

Correlations

		TOTAL
X01	Pearson Correlation	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X02	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X03	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X04	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X05	Pearson Correlation	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X06	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Lampiran 7 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.777	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.620	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	6

Lampiran 8 Uji F dan T

ANOVA^a

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARAPAN CUSTOMER

Coefficients^a

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

Lampiran 9 Uji Normalitas

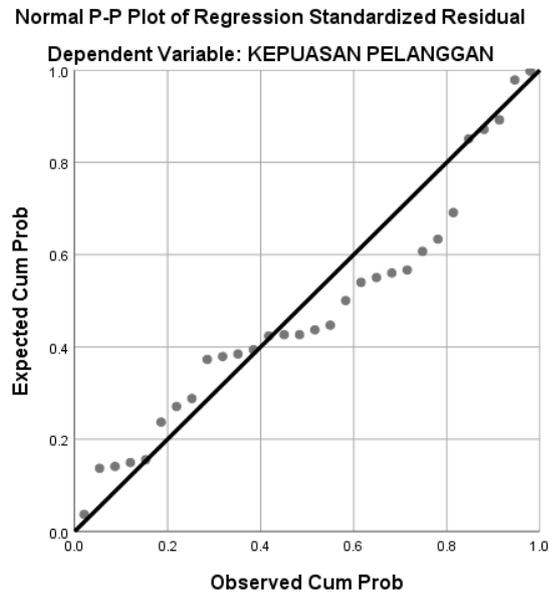
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.98692527
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.091
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



TABEL UJI MULTIKOLINIERITAS

Lampiran 10 Uji Multikolinieritas

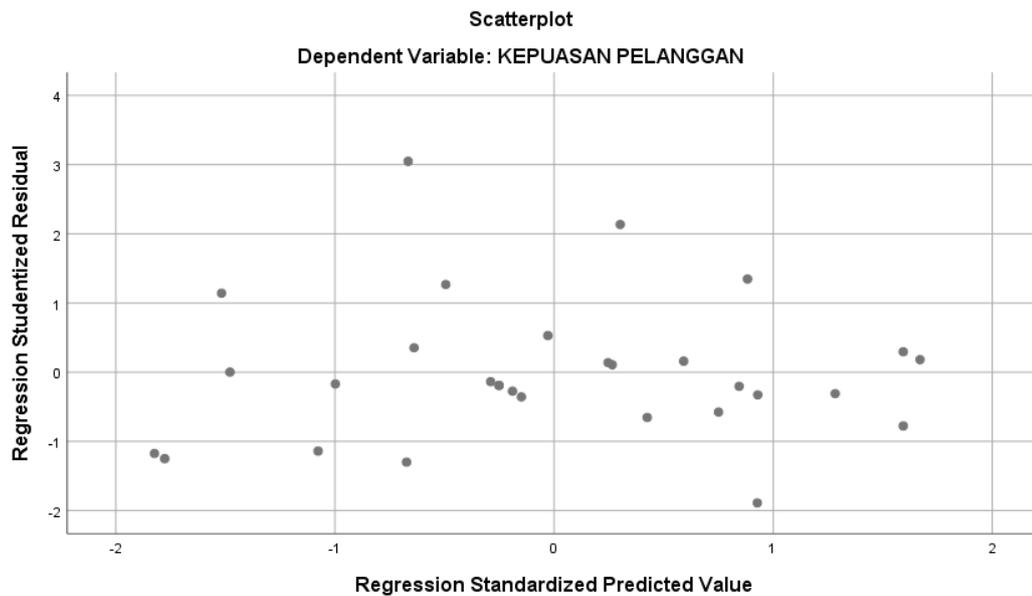
Coefficients^a

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

Coefficients^a

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

Lampiran 11 Uji Heterokedastisitas



Lampiran 12 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	4.079	3.802		1.073
	KUALITAS PELAYANAN	-.105	.179	-.084	-.589
	HARAPAN CUSTOMER	.533	.220	.430	2.418
	CITRA PERUSAHAAN	.380	.136	.498	2.792

Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	.293
	KUALITAS PELAYANAN	.561
	HARAPAN CUSTOMER	.023
	CITRA PERUSAHAAN	.010

a. Dependent Variabel: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Lampiran 13 T tabel

dk	α untuk Uji Satu Pihak (<i>one tail test</i>)					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	α untuk Uji Dua Pihak (<i>two tail test</i>)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Lampiran 14 F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.95	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89