

8. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai – Pontianak

by Helman Fachri Helman Fachri

Submission date: 14-Jun-2023 05:28PM (UTC+0700)

Submission ID: 2115876327

File name: 8. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai – Pontianak.pdf (539.92K)

Word count: 2625

Character count: 15377



Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai – Pontianak

¹Dita Afrila*, ²Helman Fachri, ³Sukardi

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

INFO ARTIKEL

Kata kunci:
 Kepuasan;
 Loyalitas Pelanggan;
 Travel.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai- Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa travel CV Alam Perkasa Group dengan sampel berjumlah 100 orang pelanggandengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R²), dan uji kelayakan model.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan persamaan regresi yaitu $Y = 0,891 + 0,742X$. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,508, artinya antara kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sedang. Hasil analisis koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa besarnya nilai R *square* adalah 0,258. Hal ini berarti bahwa 25,8% loyalitas pelanggandipengaruhi oleh kepuasan dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dari hasil uji kelayakan model (Uji F) diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 34,063 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H₀ ditolak, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitaspelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

Pada saat ini, perkembangan jaman semakin pesat salah satunya di bidang transportasi. Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di kehidupan sekarang, kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut transportasi memainkan peranannya untuk menunjang kebutuhan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Dengan adanya transportasi maka masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

*Kontak penulis
 E-mail: ditaafrika08@gmail.com
<http://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp>
 ISSN : 2355 – 1038 (Print) ISSN : 2621 – 5098 (Online)

1 Perkembangan di bidang transportasi menjadikan berbagai industri pelayanan jasa transportasi umum semakin berkembang di Indonesia. Bagi masyarakat yang ingin pergi dari satu tempat ke tempat tempat lain untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi maka jasa transportasi umum atau biro perjalanan (travel) menjadi sarana transportasi pilihan.

Dengan meningkatnya mobilitas masyarakat maka bisnis biro perjalanan (travel) semakin marak di berbagai daerah di Kalimantan Barat khususnya di Kabupaten Ketapang. Berbagai pelaku bisnis jasa ini kemudian bersaing untuk dapat menarik konsumen menggunakan jasa travel masing-masing. Dalam menarik konsumen, pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dilihat dalam data Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ketapang Tahun 2021. Terdapat 8 perusahaan di bidang travel di daerah tersebut dengan rute yang sama.

CV Alam Perkasa Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa biro perjalanan (travel) yang berdiri di Kecamatan Sandai, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat. Dengan banyaknya usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi saat ini, merupakan satu bentuk persaingan di dalam industri jasa transportasi darat di Kalimantan Barat khususnya trayek Potianak-Sandai.

CV Alam Perkasa Group menyediakan 2 jenis kendaraan sebagai kebutuhan akan jasa transportasi darat yaitu Innova yang berkapasitas 8 penumpang dan Innova reborn yang berkapasitas 7 penumpang. Untuk jumlah kendaraannya yaitu, pada tahun 2018 berjumlah 2 unit Innova. Pada tahun 2019 berjumlah 3 kendaraan yaitu 2 unit Innova dan 1 unit Innova reborn. Pada tahun 2020 berjumlah 4 kendaraan yaitu 2 unit Innova dan 2 unit Innova reborn.

Ketika pelanggan memperoleh kenyamanan dan memperoleh kesan yang positif terhadap pelayanan, fasilitas dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen itu artinya pelanggan merasa puas atas jasa yang diberikan CV Alam Perkasa Group. Hal tersebut berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan melalui kepuasan pelanggan tersebut akan membangun suatu hubungan atau relasi antara CV Alam Perkasa Group dan pelanggan, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap naik/turunnya (*growth*) penjualan pada CV Alam Perkasa Group.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Bapak Imam Syibawaihi Pimpinan CV Alam Perkasa Group bahwa tidak terlepas dari keluhan pelanggan berupa sopir tidak tepat waktu, mobil mogok, dan mengerem secara mendadak, disampaikan melalui media sosial seperti whatsapp, via telepon, maupun yang disampaikan secara langsung ke bagian *customer service*. Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini dan mengambil judul "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan CV Alam Perkasa Group Rute Sandai-Pontianak".

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2018:15): "Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih".

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder terdiri dari jumlah kendaraan, daftar harga, jenis armada, laporan pendapatan, keluhan pelanggan pada CV Alam Perkasa Group, literatur, penelitian terdahulu, dan buku.

2.3 Populasi dan Sampel

4 Populasi dalam penelitian ini adalah inidalahseluruh pelanggan yang menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak. Sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*

2.4 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel bebas (*independent variable*) yaitu kepuasan yang diberi tanda X dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu loyalitas pelanggan yang diberi tanda Y.

2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Normalitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji Kelayakan Model.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel menggunakan bantuan *software* SPSS 19 for windows.

Hasil uji validitas pernyataan dalam variabel kepuasan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

No	Item	r hitung	r tabel	Interprestasi	Keputusan
1	Pernyataan 1	0,269	0,195	0,269 > 0,195	Valid
2	Pernyataan 2	0,685	0,195	0,685 > 0,195	Valid
3	Pernyataan 3	0,586	0,195	0,586 > 0,195	Valid
4	Pernyataan 4	0,209	0,195	0,209 > 0,195	Valid
5	Pernyataan 5	0,685	0,195	0,685 > 0,195	Valid
6	Pernyataan 6	0,386	0,195	0,386 > 0,195	Valid
7	Pernyataan 7	0,458	0,195	0,458 > 0,195	Valid
8	Pernyataan 8	0,403	0,195	0,403 > 0,195	Valid
9	Pernyataan 9	0,458	0,195	0,458 > 0,195	Valid
10	Pernyataan 10	0,397	0,195	0,397 > 0,195	Valid
11	Pernyataan 11	0,225	0,195	0,225 > 0,195	Valid
12	Pernyataan 12	0,269	0,195	0,269 > 0,195	Valid
13	Pernyataan 13	0,685	0,195	0,685 > 0,195	Valid
14	Pernyataan 14	0,403	0,195	0,403 > 0,195	Valid
15	Pernyataan 15	0,431	0,195	0,431 > 0,195	Valid

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai r hitung semua pernyataan dalam variabel kepuasan lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel kepuasan adalah valid.

Hasil uji validitas pernyataan dalam variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Item	r Hitung	r Tabel	Interprestasi	Keputusan
1	Pernyataan 1	0,498	0,195	0,498 > 0,195	Valid
2	Pernyataan 2	0,347	0,195	0,347 > 0,195	Valid
3	Pernyataan 3	0,471	0,195	0,471 > 0,195	Valid
4	Pernyataan 4	0,618	0,195	0,618 > 0,195	Valid
5	Pernyataan 5	0,500	0,195	0,500 > 0,195	Valid
6	Pernyataan 6	0,650	0,195	0,650 > 0,195	Valid
7	Pernyataan 7	0,678	0,195	0,678 > 0,195	Valid
8	Pernyataan 8	0,588	0,195	0,588 > 0,195	Valid
9	Pernyataan 9	0,555	0,195	0,555 > 0,195	Valid

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai r hitung semua pernyataan dalam variabel loyalitas pelanggan lebih besar dari r tabel maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel loyalitas pelanggan adalah valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi atau stabilitas hasil pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Instrumen atau item pengukuran dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan (X) dan loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X	0,675	16
Y	0,707	9

Sumber: Data Olahan,2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kepuasan sebesar 0,675 lebih besar dari 0,60 dan nilai *Cronbach Alpha* variabel loyalitas sebesar 0,707 lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen atau item pengukuran kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters, a, b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16540994
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.047
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.722
Asymp. Sig. (2-tailed)		.674

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *asympt.sig* sebesar 0,674, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil olahan data regresi linier sederhana dengan menggunakan program aplikasi SPSS dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5.
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,891	,541		1,638	,105
Kepuasan	,742	,121	,501	5,836	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana yang menghasilkan nilai konstanta adalah sebesar 0,891 dan koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,742 yang dituliskan dalam model persamaan $Y = 0,891 + 0,742X$.

3.5 Analisis Koefisien Korelasi

Hasil olahan data analisis koefisien korelasi dengan menggunakan program aplikasi SPSS dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6.
Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 ^a	,258	,250	,354

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan
b. Dependent Variable: Loyalitas

sumber : Data Olahan,2022

Tabel 6 menunjukkan nilai R sebesar 0,508, artinya hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sedang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan mempunyai hubungan yang sedang terhadap loyalitas pelanggan menggunakan jasa travel CV Alam Perkasa Group.

3.6 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6 menunjukkan nilai R² sebesar 0,258, artinya pengaruh kepuasan terhadap variasi naik turunnya loyalitas pelanggan pada jasa travel CV Alam Perkasa Group adalah sebesar 25,8% dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3.7 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil olahan data dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7.
Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,257	1	4,257	34,063	,000a
	Residual	12,246	98	,125		
	Total	16,503	99			

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan
b. Dependent Variabel : Loyalitas

Sumber :Data Olahan,2022

Tabel 7 menunjukkan nilai F hitung sebesar 34,063 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat keyakinan (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, dengan demikian model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 0,891 + 0,742X$
2. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,508, artinya antara kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sedang.
3. Hasil analisis koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa besarnya nilai R square adalah 0,258, artinya pengaruh kepuasan terhadap variasi naik turunnya loyalitas pelanggan pada jasa travel CV Alam Perkasa Group adalah sebesar 25,8% dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
4. Dari hasil uji kelayakan model (Uji-F), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 34,063 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

4.2 Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka CV Alam Perkasa Group sebaiknya lebih memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Agar konsumen lebih loyal pihak CV Alam Perkasa Group harus memperhatikan keteraturan jadwal keberangkatan agar pelanggan tidak perlu menunggu lama.
2. Meningkatkan layanan seperti selain angkutan orang, pelanggan juga bisa mengirim barang melalui supir langsung atau ke kantor CV Alam Perkasa Group.
3. CV Alam Perkasa Group sebaiknya menyediakan kotak saran untuk mengetahui apa yang pelanggan butuhkan sehingga perusahaan bisa menciptakan rasa nyaman agar pelanggan menjadi lebih loyal dan merekomendasikan travel CV Alam Perkasa Group kepada orang lain.
4. Perusahaan harus lebih memperhatikan kebersihan mobil, fasilitas di dalam mobil, dan menghindari kerusakan (mogok) yang tidak terduga diperjalanan, sehingga pelanggan akan selalu melakukan pembelian ulang jasa travel CV Alam Perkasa Group

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swasta dan Hani Handoko. 2018. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh. BPEE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2018. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. CV. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Alih bahasa : Benyamin Molan. Indeks. Jakarta.
- Mahendra, M., Fachri, H., & Supriadi, F. (2017). PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BERBELANJA FURNITURE PADA PD. INDO FURNITURE PONTIANAK. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(1).
- Nadila, A., Yasmin, D., & Supriadi, F. (2017). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy Pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Cabang Pontianak. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(1).
- Siregar, Syofian. 2018. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho karno, Ponti Kurniawan Mawardi dan Wahyu Nugroho. 2011. Riset Pemasaran dan Konsumen. Penerbit IPB Press. Bogor.
- Supriadi, F. (2017). Perencanaan Dan Pengembangan Usaha. Pontianak: Arfelagraphics.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management – Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2, Andi. Yogyakarta.
- .2018. Pemasaran Jasa. Andi, Yogyakarta.
- Tuwisna, 2019. Pengaruh Komunikasi Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Cendana Tour & Travel Banda Aceh. *JIMMA: Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*. Vol 9, No 2.
- Widiyawati, Asih. 2017. Pengaruh Personal Selling, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Lokon Wisata Travel Tomohon. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 2, No 1.

8. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai - Pontianak

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.umsu.ac.id Internet Source	6%
2	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to Clayton College & State University Student Paper	2%
4	scholar.google.co.id Internet Source	2%
5	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On