

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
MENGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG PADA AGEN TIKI GARUDA CABANG  
MANADO**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION USING DELIVERY  
SERVICES AT TIKI GARUDA AGENT MANADO BRANCH*

Oleh:

**Gabriela N. Timmerman<sup>1</sup>**  
**Djurwati Soepeno<sup>2</sup>**  
**Michael Ch. Raintung<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[gabrielatimmerman062@student.unsrat.ac.id](mailto:gabrielatimmerman062@student.unsrat.ac.id)

[watisoepeno@unsrat.ac.id](mailto:watisoepeno@unsrat.ac.id)

[michaelrantung@unsrat.ac.id](mailto:michaelrantung@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Tujuan Dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada Agen Tiki Garuda Cabang Manado. Tujuan Dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen Tiki Garuda Cabang Manado. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan penyebaran kuisioner terhadap orang-orang yang pernah melakukan pengiriman barang menggunakan jasa ekspedisi Agen TIKI Garuda Manado dengan jumlah anggota sampel 60 responden. Metode analisis yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan Hasil Penelitian diketahui bahwa: Variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen TIKI Garuda Cabang Manado

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

**Abstract:** The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction using goods delivery services at Tiki Garuda agents, Manado branch. This type of research is quantitative. The data source used in this study is primary data by distributing questionnaires to people who have delivered goods using the expedition services of the TIKI Garuda Manado Agent with a sample size of 60 respondents. The analytical method used to discuss the problems in this study is a quantitative analysis method. Based on the results of the study it is known that: Variables reliability (X1), assurance (X2), direct evidence (X3), empathy (X4), responsiveness (X5) have a significant effect on customer satisfaction at TIKI Garuda agents Manado Branch.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Perusahaan ini didirikan oleh Alm. Bpk Soeprapto Soeparno dan Ibu Nuraini Soeprapto pada 1 September 1970 yang juga bertindak sebagai pemegang saham perusahaan. Awalnya, TIKI hanya memiliki dua cabang yang berlokasi di Pangkalpinang dan Semarang. Namun, pada tahun 2019 ini TIKI telah memiliki 500 cabang, 3000+ gerai dan melayani 453 kabupaten atau kota dan 98% kode pos di seluruh Indonesia dan akan terus memperluas jaringannya. Agen TIKI Garuda Manado merupakan salah satu gerai dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) yang berusaha menyesuaikan diri dengan situasi pasar saat ini. Agen TIKI Garuda Manado memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing dari segi teknologi maupun

kedekatan pada masyarakat, pada tahun 1990 proses pengiriman barang hanya lewat kantor POS saja dan pengiriman barang ini memakan waktu yang lama baru sampai di tempat tujuan. Namun terkadang juga ada yang tercecer sehingga membuat pelanggan ini merasa kecewa. Dengan seiring waktu berjalan saat ini sudah lebih modern maka terbitlah satu tempat penitipan barang PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).

Agen TIKI Garuda Manado merupakan salah satu gerai dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) yang berusaha menyesuaikan diri dengan situasi pasar saat ini. Agen TIKI Garuda Manado memberikan pelayanan mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menggunakan sistem pelayanan yang memudahkan pelanggan. Sistem pelayanan yang dihadirkan untuk konsumen setia TIKI melalui Aplikasi TIKI yang dapat diunduh di gawai pelanggan dan berguna untuk mengatur pengiriman paket mulai dari cek tarif, cek lokasi gerai TIKI terdekat, info produk, program loyalitas pelanggan TOOZ sampai fitur unggulan Jemput Online (JEMPOL).

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Agen TIKI Garuda Manado pelanggan merasa puas, sehingga pelanggan pelanggan ini tetap menggunakan TIKI ini. Jika pelanggan puas maka, yang diharapkan oleh perusahaan adalah rekomendasi pada saudara saudara, tetangga atau kerabat-kerabat lainnya untuk menggunakan jasa Agen TIKI Garuda Manado dan meningkatkan layanan perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut **RATER** sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal, yaitu **reliability (kehandalan)** berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan., **assurance (jaminan)** berkaitan dengan perilaku dari petugas pelayanan yang membuat pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi, **tangible (bukti fisik)** bahan yang terkait dengan layanan terlihat menarik, tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. **empathy** (kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain), dan **responsiveness (cepat tanggap)** kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan, Tjiptono (2015:69). Destiana dkk (2015) menemukan bahwa teknik rater kualitas pelayanan *Electronic Data Capture* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Cholid (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yaitu kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap agar tercapai kepuasan konsumen.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas tentang kualitas pelayanan Agen TIKI Garuda Manado terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu penulis mengangkat judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada Agen TIKI Garuda Manado”**

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* (Keandalan) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado )
2. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
3. Untuk mengetahui pengaruh *Tangibles* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
4. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
5. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
6. Untuk mengetahui pengaruh *reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty* dan *resposiveness* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep Manajemen

Hasibuan (2017:18) mendefinisikan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber – sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.” Hal yang menarik perhatian dalam perkembangan manajemen bahwa sebenarnya ide yang berhubungan dengan

manajemen sudah ada sejak dulu, meskipun tidak banyak memberikan pengertian tentang prinsip – prinsip manajemen yang digunakan.

Manullang (2016:1) mengemukakan pendapatnya tentang manajemen bahwa manajemen sebagai seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengaruh dan pengawasan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama terlebih dahulu.

### **Konsep Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplimentasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi, (Kotler dan Amstrong, 2018:11). Kotler dan Keller (2016:6) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengarahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

### **Konsep Pelayanan**

Pelayanan berasal dari kata ‘layan’ yang berarti menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Dengan awalan pe- dan akhiran –an, maka terbentuklah kata ‘pelayanan’ yang berarti, tindakan, perbuatan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang dibutuhkan. Menurut Susanto (2015:49) pelayanan dilihat dari dua sisi yaitu dari pihak pengusaha dan dari pihak konsumen atau pelanggan.

1. Dari pihak pengusaha, pelayanan berarti sebagai usaha kewajiban yang selayaknya diberikan dari suatu aksi pelaksanaan transaksi bisnis dan tidak perlu diberikan secara berlebih-lebihan, karena konsumen membutuhkan perniagaan dengan barang dagangannya atau jasa untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya.
2. Dari pihak konsumen atau pelanggan pelayanan merupakan bagian dari pelaksanaan penjualan yang tidak dirasakan sebagai sesuatu yang biasa bila memuaskan dan memberikan kenyamanan.

Kualitas pelayanan dibagi dalam lima dimensi karakteristik (Tjiptono 2015:133) yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
5. Bukti langsung (*Tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

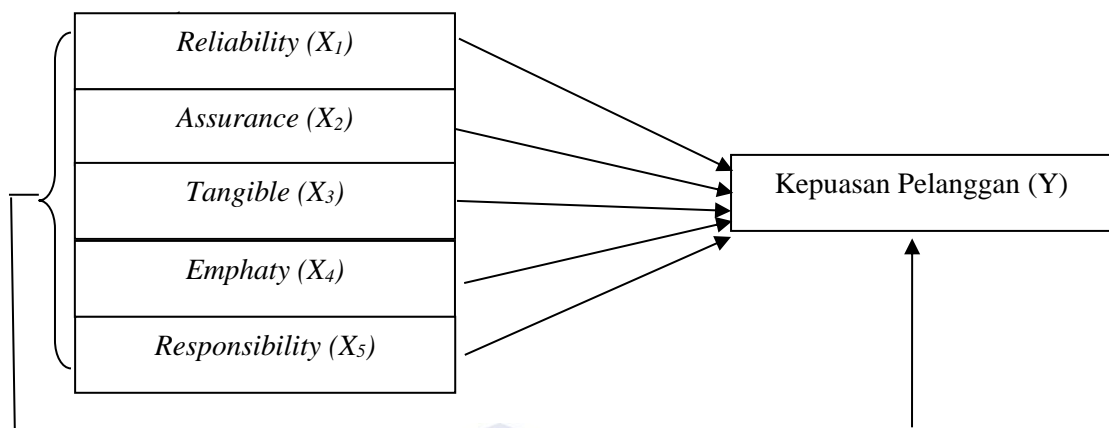
### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Moha dan Loindong (2016) bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Gulla dkk (2015) bertujuan mengetahui pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN.. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif,. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sementara variabel promosi berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Cholid (2018) bertujuan mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Tiket Garuda di PT.Totogasono Sekawan Samarinda Tahun 2016).. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif,. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang kuat Terhadap Kepuasan Pelanggan.



**Model Penelitian****Gambar 1. Kerangka Konspetual***Sumber: kajian Teori, 2022***Hipotesis Penelitian**

1. Diduga reliability berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
2. Diduga assurance berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
3. Diduga tangibel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
4. Diduga emphaty berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
5. Diduga responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado
6. Diduga reliability, assurance, tangible, emphaty dan responsiveness secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado

**METODE PENELITIAN****Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Sugiyono (2018:11) menyatakan penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

**Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah melakukan pengiriman barang menggunakan jasa ekspedisi Agen TIKI Garuda Manado. Sugiyono (2018:15) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Variabel penelitian ini ada 6 (independen+ dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 x 6 = 60. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling berupa accidental sampling, yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

**Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan yaitu Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka dan dapat dihitung, dalam hal ini kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang diperoleh melalui jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan secara langsung sebanyak 60 orang. Sumber data primer yaitu penyebaran kuesioner untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, data

primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode kuesioner, suatu cara untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun oleh peneliti sesuai dengan tujuan. Menurut Ghazali (2015:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara online. Dalam melaksanakan metode ini, maka peneliti mengambil data melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan pada TIKI Garuda Manado. Metode dokumentasi, yaitu cara mempelajari literatur atau acuan yang ada, baik literatur yang bersifat teoritis maupun literatur dan data yang ada di lokasi sebagai obyek yang diteliti berkaitan dengan masalah landasan teori pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada TIKI Garuda Manado.

### **Teknik Analisis Data Uji Asumsi Klasik**

Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat yaitu lolos uji asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal tidak mengandung multikolinieritas dan heterokidastisitas. Maka dari itu sebelum melakukan pengujian regresi linear berganda perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik berikut:

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk menjadi sampel kecil. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik Non Parametrik Kolomogrov-Smirnov (KS). Jika hasil dari KS menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05, maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil KS dibawah 0,05, maka data residual terdistribusi dengan tidak normal.

#### **Uji Heterokidastisitas**

Uji Heterokidastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heterokidastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokidastisitas.

#### **Uji Multikoleniaritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mengujinya dapat dilihat dari nilai Tolerance atau Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi akan bebas dari multikolinieritas jika nilai VIF lebih besar dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 10 (Ghozali, 2011).

#### **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 pada persamaan regresi linier. Untuk menguji adanya korelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui uji Durbin Watson. Uji Durbin Watsin hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas dimana nilai D-W hitung > du.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen, peneliti menggunakan teknik analisis regresi regresi linier berganda Berdasarkan variabel diatas maka model regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Rumus: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

### Analisis determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted  $R^2$  karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Selain itu nilai Adjusted  $R^2$  dianggap lebih baik dari nilai  $R^2$  karena nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model regresi.

### Uji Parsial (t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui signifikansi dan pengaruh variabel bebas yaitu: Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty dan Responsivness secara individual terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan.

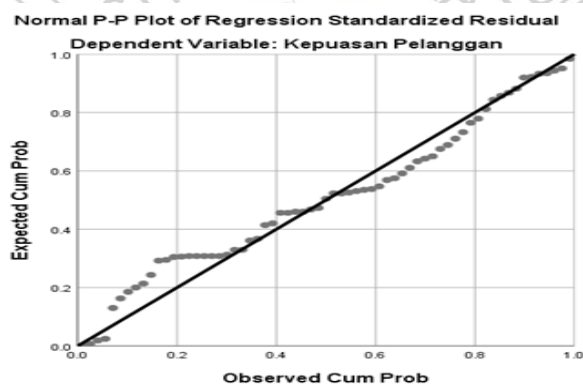
### Uji Kecocokan Model (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%  $df = (k-1) = (n-k)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi/sampel dan (k) adalah jumlah variabel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas Data

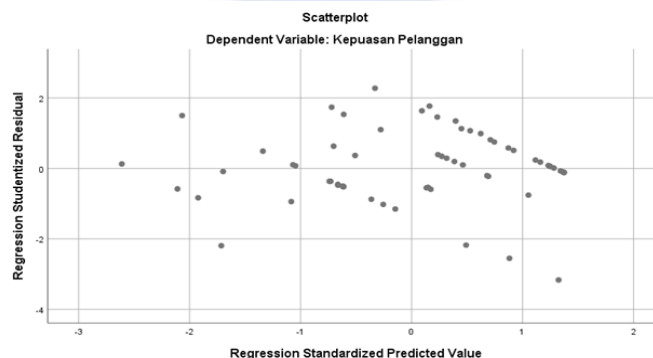


**Gambar 2. Uji Normalitas P-Plot**

*Sumber: Data diolah, 2022*

Berdasarkan Gambar. 2 Normal P-P Plot, data pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan terdistribusi normal karena gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

#### Hasil Uji Heterokedastisitas



**Gambar 3. Uji Heterokedastisitas scatterplot**

*Sumber: Data diolah 2022*

Berdasarkan Gambar 3 gambar scatterplot, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model diatas karena: Penyebaran titik-titik data tidak berpola, Titik-titik data menyebar di sekitar angka 0, Titik-titik data menyebar, tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

### Hasil Uji Autokorelasi

**Tabel 1. Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.627	.989	1.912

Sumber: Data diolah,, 2022

Tabel 1 menjelaskan bahwa untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $1,65 < DW < 2,35$ , maka tidak ada autokorelasi,  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$ , maka tidak dapat disimpulkan,  $DW < 1,21$  atau  $DW > 2,79$ , maka terjadi autokorelasi. Nilai Durbin Watson pada Tabel 1 adalah 1,912. Jadi, karena  $1,65 < 1,912 < 2,35$ , maka menurut Makridakis, dkk (1995) dalam Sulaiman (2014) adalah tidak ada autokorelasi.

### Analisa Regresi Linear Berganda

**Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.083	1.168		5.784	.000		
	Kehandalan (Reliability)	.232	.069	.058	4.463	.002	.385	2.594
	Jaminan (Assurance)	.112	.095	.147	4.174	.000	.374	2.675
	Bukti Langsung (Tangibles)	.119	.091	.012	3.162	.001	.411	2.431
	Empati (Emphaty)	.378	.074	.131	4.157	.002	.382	2.619
	Daya Tanggap (Responsiveness)	.410	.094	.574	4.423	.000	.338	2.956

Sumber: Data diolah,, 2022

Berdasarkan Tabel 2 untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan TIKI Garuda Cabang Manado, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data melalui persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer statistik SPSS , dimana variabel bebas (X) yakni terdiri dari variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) sedangkan variable terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan.

Persamaan Regresi Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

$$Y = 2.083 + 0.232 X_1 + 0.112 X_2 + 0.119 X_3 + 0.378 X_4 + 0.410 X_5.$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

X<sub>1</sub> = Kehandalan (Reliability)

X<sub>2</sub> = Jaminan (Assurance)

X<sub>3</sub> = Bukti Langsung (Tangibles)

X<sub>4</sub> = Empati (Empathy)

X<sub>5</sub> = Daya Tanggap (Responsiveness)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta a = 2.083, artinya apabila variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) sama dengan nol atau tidak berubah, maka nilai Y atau kepuasan pelanggan sebesar



2.083.

2. Nilai koefisien Kehandalan untuk variabel X1 sebesar 0,232. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Kehandalan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,232 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien jaminan untuk variabel X2 sebesar 0,112. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan jaminan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,112 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Nilai koefisien bukti langsung untuk variabel X3 sebesar 0,119. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan bukti langsung satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,119 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. Nilai koefisien empati untuk variabel X4 sebesar 0,378. Hal ini mengandung setiap kenaikan empati satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,378 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
6. Nilai koefisien daya tanggap untuk variabel X5 sebesar 0,410. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan daya tanggap satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,410 dengan asumsi bahwa variabel yang lain dari model regresi adalah tetap.

### Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 3. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	r	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.627	.989	1.912

Sumber: Data diolah., 2022

Berdasarkan Tabel 3. Nilai R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan nilai R<sup>2</sup>= 0,656. Hal ini berarti bahwa sebesar 65,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

### Pengujian Hipotesis Uji t

**Tabel 4. Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.083	1.168		5.784	.000		
	Kehandalan (Reliability)	.232	.069	.058	4.463	.002	.385	2.594
	Jaminan (Assurance)	.112	.095	.147	4.174	.000	.374	2.675
	Bukti Langsung (Tangibles)	.119	.091	.012	3.162	.001	.411	2.431
	Empati (Emphaty)	.378	.074	.131	4.157	.002	.382	2.619
	Daya Tanggap (Responsiveness)	.410	.094	.574	4.423	.000	.338	2.956

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4, Uji t dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial masing masing dengan variabel independen yaitu variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5). Uji t dilakukan juga untuk melihat variabel mana yang paling dominan. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara thitung dan ttabel pada tingkat signifikansi 5%. Jika nilai thitung lebih besar dibandingkan ttabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya. Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang dilakukan maka diperoleh koefisien parsial dari masing-masing variabel independen

1. Untuk kehandalan (X1), diperoleh nilai t Hitung > tTabel (4,463 > 1,671) dan Sig < 0,05 (0,002 < 0,05). Ini berarti variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk jaminan (X2), diperoleh nilai t Hitung > tTabel (4,174 > 1,671) dan Sig < 0,05 (0,000 < 0,05). Ini berarti



variabel ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Untuk bukti langsung (X3), diperoleh nilai  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $3,162 > 1,671$ ) dan  $Sig < 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ). Ini berarti variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk empati (X4), diperoleh nilai  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $4,157 > 1,671$ ) dan  $Sig < 0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ). Ini berarti variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk daya tanggap (X5), diperoleh nilai  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $4,423 > 1,671$ ) dan  $Sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Ini berarti variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Pengujian Hipotesis Uji F

Tabel 5. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>							
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	110.094	5	22.019	22.494	.000 <sup>b</sup>	
	Residual	57.753	59	.979			
	Total	167.846	64				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai Ftabel ( $22,494 > 2,31$ ), dan nilai Signifikansi ( $sig$ )= $0,000$  yang lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ . Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pembahasan

**Pengaruh Reliability (Kehandalan)** terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh hasil bahwa responden mengatakan setuju bahwa pihak TIKI menepati janji, menunjukkan perhatian yang tulus kepada pelanggan, melayani dengan benar dan memiliki kebijakan-kebijakan yang tepat yaitu sebesar 83,2%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel keandalan pada kualitas pelayanan TIKI sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa **keandalan** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 4,463 yang berada diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 1,671. Dapat disimpulkan bahwa **keandalan** berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Pengaruh Assurance (Jaminan)** terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado. Responden mengatakan sangat setuju bahwa pegawai TIKI memiliki perilaku yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan, barang yang dikirim aman sampai tujuan, pegawai TIKI ramah dan dapat menjawab pertanyaan dengan baik yaitu sebesar 85%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel **jaminan** pada kualitas pelayanan TIKI sangat baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa **jaminan** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 4,174 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 1,671. Dapat disimpulkan bahwa **jaminan** berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Pengaruh Tangibles (Bukti Fisik)** terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado. Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa TIKI memiliki peralatan yang modern, fasilitas fisik yang menarik, dan pegawai yang berpenampilan rapi yaitu sebesar 82%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel bukti fisik pada kualitas pelayanan TIKI sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 3,162 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 1,671. Dapat disimpulkan bahwa **bukti fisik** berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Pengaruh Empathy (empati)** terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado. Responden menyatakan setuju bahwa pegawai TIKI memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memiliki jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian secara tulus, dan mampu memahami kebutuhan khusus pelanggan yaitu sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel **empati** pada kualitas pelayanan TIKI sudah baik. Sementara untuk pernyataan hipotesis bahwa **empati** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 4,157 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien

regresi sebesar 1,671. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi rasa empati yang diberikan TIKI kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.

**Pengaruh Responsiveness (Daya Tanggap)** terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang pada Agen TIKI Garuda Manado. Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pegawai TIKI memberi tahu secara pasti kapan pelanggan akan dilayani, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan pegawai selalu berkeinginan untuk membantu pelanggan yaitu sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel **daya tanggap** pada kualitas pelayanan TIKI sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa **daya tanggap** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 4,423 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 1,671. Dapat disimpulkan bahwa **daya tanggap** berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responden menyatakan sangat setuju bahwa TIKI memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan TIKI lebih baik daripada perusahaan pengiriman lain, dan pelanggan tidak pernah menyampaikan keluhan ataupun komplain kepada TIKI sebesar 84,9%. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada TIKI Garuda cabang Manado sangat baik. Pada pengujian secara simultan diperoleh angka signifikansi (P value) sebesar 22,495 > 2,31. Atas dasar perhitungan tersebut maka  $H_0$  ditolak atau berarti variable **Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap** mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat juga diketahui bahwa dari variabel kualitas pelayanan, variabel **empati** memiliki berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, dimana variabel **empati** ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Sedangkan faktor **keandalan, jaminan, bukti fisik, dan daya tanggap** mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari uraian yang telah penulis kemukakan, maka dapatlah ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada agen TIKI Garuda Cabang Manado.
2. Variabel kehandalan (X1) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan karena variabel tersebut mempunyai nilai t-hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lain, yaitu sebesar 4,463.
3. Besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan (kehandalan (X1), jaminan (X2), bukti langsung (X3), empati (X4), daya tanggap (X5)) terhadap kepuasan pelanggan agen TIKI Garuda Cabang Manado adalah sebesar 65,6 %. Sementara sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

### Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis akan menyajikan saran-saran sebagai masukan bagi pihak perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mendukung agar jumlah pelanggan agen TIKI Garuda Cabang Manado meningkat sebaiknya pihak manajemen perusahaan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan, seperti melengkapi fasilitas, area parkir yang besar, AC dalam ruangan untuk mempersejuk ruangan agar lebih nyaman.
2. Perusahaan hendaknya benar-benar memperhatikan faktor kualitas pelayanan yaitu kehandalan, jaminan, bukti langsung, empati, daya tanggap karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cholid, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Tiket Garuda di PT.Totogasono Sekawan Samarinda Tahun 2016). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Vol.12 No.1 <https://journals.umkt.ac.id/index.php/JEM/article/view/68> Diakses Pada Mei 2023

- Destiana, H.A., Mariam, I., Azwar, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Merchant Pada PT Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Area Bekasi Jatiwaringin. *Jurnal EPIGRAM* Vol.12 No.1 <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/view/691> Diakses Pada Mei 2023
- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gulla, R., Oroh, S.G., Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.1 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8297> Diakses Pada Mei 2023
- Hasibuan, M. S.P. (2017). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Masagung,
- Kotler, P., Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. New York: Pearson
- Kotler, P dan Keller, K.K. (2016). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 dan 2)*. Klaten: Macana Jaya Cemerlang.
- Manullang, (2016). *Dasar-Dasar Manajemen*, Gadjah Mada University Press. P.O.BOX 14, Bulaksumur, Yogyakarta.
- Moha, S., Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol.4 No.1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715> Diakses Pada Mei 2023
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A.B. (2015). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba
- Tjiptono. F.( 2015). *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI. Yogyakarta.